

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

**Tereza Tučková**

**Vývoj a zánik hudebního pořadu Medúza**

*Bakalářská práce*

**Praha 2015**

Autor práce: **Tereza Tučková**

Vedoucí práce: **Mgr. Radim Wolák**

Rok obhajoby: **2015**

## **Bibliografický záznam**

TUČKOVÁ, Tereza. *Vývoj a zánik hudebního pořadu Medúza*. Praha, 2015. 41 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Radim Wolák.

## **Abstrakt**

Práce se zabývá pořadem Medúza, který byl vysílán na ČT v letech 1992 – 2012, jako hitparáda populární hudby. Práce je rozdělena do pěti kapitol. První se zabývá všemi významnými hudebními pořady a vývojem hudebních kanálů v českém prostředí do roku 2012. Druhá kapitola se věnuje historii pořadu Medúza se všemi proměnami moderátorů, vysílacího času a designu. Ve třetí kapitole autorka provádí výzkum vývoje sledovanosti pořadu, jak celkové, tak s ohledem na věk diváka. Čtvrtá kapitola analyzuje obsah hitparády z různých pohledů, stěžejní je pak rozbor žánrové skladby pořadu. Pátou kapitolou autorka navazuje na předchozí části ověřením hypotézy, že hudební pořady mohou prostřednictvím předkládané hudby formovat osobnost mládeže. Stručně definuje žánry vyskytující se v pořadu a životní styl s nimi spojený.

## **Abstract**

The work follows up the agendas Medúza, which was broadcasted on ČT (Czech television) in the years 1992 - 2012, as the only musical hitparade. The work is divided into five chapters. The first deals with all major music programs and the development of music channels in the Czech Republic until 2012. The second chapter is devoted to the history of the program Medúza with all the changes – moderators, airtime and design. In the third chapter the author conducts research of viewership, both overall and considering the age of the viewer. The fourth chapter analyzes the content of the chart from different perspectives, the flagship is the analysis of the genre of songs. The fifth chapter the author builds on previous findings and examines the hypothesis that music programs can submit through the music form the personality of youth and defines genres occurring on the show and the lifestyle associated with them.

## **Klíčová slova**

Populární hudba, hudební pořad, hitparáda, vliv hudby, Medúza, tvorba pro děti a mládež, veřejnoprávní televize, televizní studio Ostrava

## **Keywords**

Popmusic, music program, hit parade, influence of music, Meduza, tv production for children and youth, czech public television, Ostrava TV studio

**Rozsah práce:** 74 665 znaků vč. mezer

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci vytvořila samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu, které jsou v práci citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zveřejněna a používána ke studijním účelům.

V Praze dne 25. ledna 2015

Tereza Tučková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala všem, kteří mi s prací jakkoli pomohli. Jmenovitě pak vedoucímu práce Mgr. Radimu Wolákovi především za trpělivost a panu Marku Dohnalovi za ochotu a mnoho cenných informací.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK**

**Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce**

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno  
diplomantky/diplomanta:

Tereza Tučková

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník  
diplomantky/diplomanta:

2012/2013

E-mail  
diplomantky/diplomanta:

tetuc@seznam.cz

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/kombinované

Předpokládaný název práce v češtině:

Vývoj a zánik hudebního pořadu Medúza

Předpokládaný název práce v angličtině:

Medúza - evolution of the music program

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2014/2015

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Práce se zabývá vývojem hudebního pořadu Medúza. Konkrétně se zaměřuje na vývoj sledovanosti, cílové skupiny diváků, marketingovou strategii a programovou skladbu (viz Předpokládaná struktura práce). Cílem práce je zmapovat tento formát hudebního pořadu a jeho výpovědní hodnotu pro dospívajícího diváka.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Vývoj hudebních pořadů (stručná historie hudebních pořadů pro mládež)

<ul style="list-style-type: none"><li>1.1. Vývoj hudebních pořadů v zahraničí</li><li>1.2. České hudební pořady do r. 1992</li><li>1.3. České hudební pořady po nástupu komerční televize</li><li>2. Historie pořadu Medúza (vývoj formátu pořadu, dekorací, tvůrců, moderátorů)</li><li>3. Vývoj sledovanosti (mapování publika)<ul style="list-style-type: none"><li>3.1. Vývoj cílového diváka dle věku</li><li>3.2. Vývoj sledovanosti ve vztahu ke konkurenci</li></ul></li><li>4. Obsah pořadu<ul style="list-style-type: none"><li>4.1. Výběr a cenzura hudebních videoklipů (způsob výběru a zařazení do žebříčku)</li><li>4.2. Četnost výskytu hudebních žánrů (obsahová analýza - procentuální zastoupení jednotlivých žánrů)</li><li>4.3. Výběr hostů pořadu</li><li>4.4. Způsob hlasování diváků (míra ovlivnitelnosti výsledků, vývoj hlasování v čase)</li></ul></li><li>5. Hudba a její role v životě dospívajících (dle odborné literatury)<ul style="list-style-type: none"><li>5.1. Hudební subkultury</li><li>5.2. Vzory v populární hudbě a jejich vliv na chování mládeže a dospívajících</li></ul></li><li>6. Závěr</li></ul>
<p><b>Vymezení zpracovávaného materiálu</b> (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):</p> <p><b>Každý 5. díl pořadu Medúza, ČT 1992 - 2012</b></p>
<p><b>Postup (technika) při zpracování materiálu:</b></p> <p><b>Sledování pořadu (archiv ČT), analýza poskytnutých dat (údaje o sledovanosti)</b></p>
<p><b>Základní literatura</b> (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p><b>JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a společnost. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4.</b></p> <p><b>Do jaké míry média ovlivňují společnost je jedna z hlavních otázek mediálních studií. Kniha definuje mimo jiné média, publika a jejich vzájemnou interakci.</b></p>



McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 2.vyd. Praha: Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

Teorie masové komunikace, modely masové komunikace a účinky médií, dominantní a alternativní paradigma.

FUKAČ, Jiří. Hudba a média : rukověť muzikologa. Jiří Fukač a kolektiv autorů ;

redakčně zpracoval Petr Macek. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1998. 258

s. ISBN 8021019514.

Učebnice Masarykovy univerzity, která se zabývá postavením hudby v masových médiích. Kniha je rozdělena do dvou okruhů – 1. Rozhlas a 2. Televize. Text doplňují také vzorové ukázky verbálních projevů.

FRANĚK, Marek. Hudební psychologie. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2007. 240 s.

ISBN 978-80-246-0965-2.

Autor se věnuje např. vztahu mezi hudebním nadáním a školním prospěchem, zabývá se také hudbou v reklamě a médiích a jejími účinky na děti a dospívající.

SAK, P. Proměny české mládeže. 1. vyd. Praha: Petrklíč, 2000. 292 s. ISBN 80-7229-042-8.

Publikace „Proměny české mládeže“ byla napsána na základě výsledků celé řady empirických sociologických výzkumů mládeže. Autor se zabývá proměnou hodnot, volnočasových aktivit a působením médií v životě mládeže.

**Diplomové práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

**Podobné téma nebylo nalezeno.**

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.**

**Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.**

.....

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

**TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.**

**TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUCÍ PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.**

<b>Úvod</b>	3
<b>1. Metodologie výzkumu</b>	4
<b>2. Hudba a její role v životě dospívajících</b>	6
<u>2.1 Hudební žánry a životní styl s nimi spojený</u>	8
<u>2.1.1 Populární hudba</u>	8
<u>2.1.2 Rock</u>	9
<u>2.1.3 Alternativní hudba</u>	9
<u>2.1.4 Tvrdá hudba</u>	10
<u>2.1.5 Elektronická hudba</u>	10
<u>2.1.6 Hip hop a R&amp;B</u>	11
<u>2.1.7 Jazz a soul</u>	11
<u>2.1.8 Ostatní žánry</u>	12
<b>3. Vývoj hudebních pořadů pro mládež v letech 1953 - 2012</b>	12
<u>3.1 Vývoj pořadů pro mládež ve veřejnoprávní televizi</u>	12
<u>3.1.1 Magion (1984)</u>	13
<u>3.1.2 Vega (1987)</u>	13
<u>3.1.3 Hitparáda (1991)</u>	13
<u>3.1.4 Bago (1991)</u>	13
<u>3.1.5 Medúza (1992)</u>	13
<u>3.1.6 Mini-maxi (1994)</u>	14
<u>3.1.10 Pomeranč , Superpomeranč, Pětka v pomeranči a Pětka od Zellera</u>	14
<u>3.1.11 Musicblok</u>	14
<u>3.2 České hudební pořady v komerčním prostředí</u>	15
<u>3.2.1 S.O.S (1994)</u>	15
<u>3.2.1 Eso (1994)</u>	15
<b>4. Historie pořadu Medúza</b>	16
<u>4.1 Vznik a vysílání hudebního automatu Medúza v letech 1992 – 1993</u>	16
<u>4.2 Rok 1994 a Medúza jako součást dětského magazínu Mini-maxi</u>	17
<u>4.3 Poslední rok magazínů - 1996</u>	17
<u>4.4 Vznik hitparády Medúza - rok 1997</u>	18
<u>4.5 Úspěšná změna moderátorů v roce 1998</u>	19
<u>4.6 Divácké ocenění za rok 1999</u>	19

<a href="#">4.7 Rok 2000 – s „hydroboudou“ do nového tisíciletí</a>	20
<a href="#">4.8 Šoubizlosti a popularita v roce 2001</a>	20
<a href="#">4.9 Rok 2004 – čas na změnu designu</a>	21
<a href="#">4.10 Léta 2006 – 2008 - změny vysílacích časů a první přesun na ČT2</a>	21
<a href="#">4.11 Nový vzhled a odchod moderátora v roce 2009</a>	21
<a href="#">4.12 Rok 2010 s novými tvůrci a definitivní přesun na ČT2</a>	22
<a href="#">4.13 Poslední změna designu v roce 2011 a konec Medúzy</a>	22
<b>5. Vývoj sledovanosti</b>	23
<a href="#">5.1 Sběr dat</a>	23
<a href="#">5.2 Vývoj cílového diváka dle věku</a>	24
<a href="#">5.2.1 Hypotézy</a>	24
<a href="#">5.2.2 Výzkum</a>	25
<a href="#">5.2.3 Závěry</a>	25
<a href="#">5.3 Vývoj sledovanosti v závislosti na proměných pořadu a konkurence</a>	26
<b>6. Obsah pořadu</b>	28
<a href="#">6.1. Výběr a cenzura hudebních videoklipů</a>	28
<a href="#">6.2 Četnost výskytu hudebních žánrů</a>	30
<a href="#">6.2.1 Metodologie výzkumu</a>	30
<a href="#">6.2.2 Sběr dat</a>	31
<a href="#">6.2.3 Formulace hypotéz</a>	31
<a href="#">6.2.4 Výběr vzorku dat</a>	32
<a href="#">6.2.5 Kódování hudebních žánrů</a>	32
<a href="#">6.2.6 Závěry analýzy</a>	32
<a href="#">6.3. Výběr hostů pořadu</a>	34
<a href="#">6.3.1 Mini-maxi</a>	34
<a href="#">6.3.2 Medúza</a>	35
<a href="#">6.3.3 Medúza s Klárou Vytiskovou</a>	35
<a href="#">6.4. Způsob hlasování diváků</a>	36
<b>Závěr</b>	37
<b>Summary</b>	37
<b>Použitá literatura</b>	39
<b>Internetové zdroje</b>	40
<b>Seznam příloh</b>	41
<b>Přílohy</b>	42

## Úvod

*„Dospívajícím velmi záleží na tom, aby si udrželi své místo ve vrstevnické skupině. Proto jsou velmi konformní, aby předešli možnému vyloučení z vrstevnické skupiny. Konformní jednání se může projevat různě, od stejného oblečení, účesu, módních doplňků až po přijetí nového životního stylu.“ (Scheerová in Děti a jejich problémy III, Vargová, 2010, s. 95)*

Tato bakalářská práce se, jak je již z jejího názvu patrné, zabývá vývojem a zánikem pořadu Medúza. K výběru tohoto tématu mě vedla hypotéza, že hudební pořady předkládají hudební inspiraci a vzory svým divákům, v případě těchto pořadů především dětem a dospívajícím, a mohou tak v důsledku ovlivnit jejich životní styl. Problém vlivu televizního vysílání na člověka a jeho neověřitelnosti samozřejmě není žádnou novinkou. Myslím ale, že hudební žebříčky podpořené vizuálními podněty jsou působivější, než ostatní zdroje hudby, nehledě na vyšší míru pozornosti, kterou televize vyžaduje. (Jirák, Köpplová) Pro analýzu, prostřednictvím které se pokusím o ověření této hypotézy, jsem si vybrala hudební hitparádu Medúza, vysílanou po dobu 21 let na veřejnoprávní televizi.

Práce je rozdělena do šesti kapitol. První kapitola vysvětluje metodologii práce, která je specifická kvalitativním sběrem dat, prostřednictvím sledování pořadu a hloubkových rozhovorů. Metodologie se opírá o tradiční postupy výzkumu na základě odborné literatury.

Druhá kapitola sestává ze dvou částí. V úvodní části s pomocí odborné literatury definuji význam hudby a životního stylu v životě dětí a dospívajících. V druhé části pak stručně definuji hudební žánry, které jsou součástí výzkumu ve čtvrté kapitole. Dále stručně popisuji subkultury a kmeny, k jejichž životnímu stylu se mohou diváci přiklonit na základě hudebního vkusu.

Třetí kapitola mapuje vývoj hudebních pořadů pro mládež v českém prostředí, přičemž jsou české pořady rozdělené na ty, uváděné veřejnoprávní televizí, a na pořady komerčních kanálů. Dle období se pak dělí na pořady vysílané před a po nástupu komerční televize. Cílem této kapitoly je prověřit předchůdce pořadu Medúza, prostředí, ve kterém vznikal, konkurenty tohoto pořadu a celkově vývoj hudebních pořadů do roku 2012.

Ve čtvrté kapitole se budu zabývat historií samotného pořadu Medúza, od vzniku hudebního automatu, přes období největší sledovanosti, až po přesun na druhý program, změnu

moderátorů a zánik pořadu. Cílem kapitoly je podrobně zaznamenat všechny proměny, které mohly ovlivnit další vývoj hitparády. Tyto informace pak použiji pro analýzu sledovanosti, které se věnuje další část práce.

Další kapitola se věnuje analýze sledovanosti pořadu a jejímu vývoji v závislosti na proměnách formátu, moderátorů a dekorací. Část výzkumu má také za cíl analyzovat složení publika podle věku a jeho vývoj v průběhu vysílání.

Poslední kapitola je stěžejní pro tuto práci, věnuje se obsahu pořadu. Zdrojem jsou již zmíněné rozhovory a obsahová analýza. Součástí kapitoly je výzkum, zaměřený na proměnu žebříčku po stránce žánrové. Cílem této kapitoly je zevrubný rozbor obsahu pořadu, který je předkládán dětem a dospívajícím v České televizi jako zdroj hudební inspirace.

## **1. Metodologie výzkumu**

Pro zevrubný výzkum pořadu Medúza jsem použila několik technik výzkumu v různých kombinacích a modifikacích. V této kapitole se je pokusím definovat za pomoci odborné literatury.

### **1.1 Sběr dat**

Data pro výzkum jsem získávala z různých zdrojů, většinou kvalitativní metodou (kvantitativní postupy bohužel u některých výzkumů nebyly aplikovatelné). První cesta vedla do badatelný archivu České televize (dále ČT). Pro sběr dat a představu o vývoji pořadu jsem si nepřišla na snadnější způsob, než je časově náročné sledování samotného pořadu. V červnu minulého roku mi bylo diváckým oddělením ČT sděleno, že k jednotlivým epizodám pořadu se bez problému dostanu v Pražském archivu, přestože se pořad natáčel v Ostravě. Po prvním kontaktování badatelný jsem se ale dozvěděla, že v Ostravě se musí na mojí žádost dané epizody digitalizovat, aby mi byly k dispozici v Praze. Po třítýdenním čekání jsem tedy mohla započít kvalitativní výzkum obsahu pořadu. Při sledování jsem zaznamenávala vizuální, dramaturgické, technické i personální změny v pořadu, zároveň jsem zapisovala všechny interprety obsazené v konkrétních epizodách. Později jsem si pro úplnost výzkumu nechala digitalizovat také pořad Mini-maxi, který se bohužel nedochoval v takovém množství, jako Medúza.

Vzhledem k tomu, že pořad již zanikl, nebylo možné provést výzkum zúčastněným pozorováním (Trampota, Vojtěchovská, 2010), ale zároveň byl vyslán v nedávné minulosti, nebyly o něm tedy žádné knižní záznamy, informace z internetových zdrojů byly pouze kusé a někdy se navzájem vyvracely. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla kontaktovat dramaturga pořadu Marka Dohnala, protože *„Ačkoli je řada mediálních sdělení výsledkem práce celé mediální organizace a kolektivním autorským dílem, nikoli dílem jednotlivce, je důležité poznávat, kdo jsou lidé píšící zprávy, točící reportáže (...).“* (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 88). Prvním krokem byl strukturovaný rozhovor prostřednictvím e-mailové komunikace, na který jsem navázala hloubkovým rozhovorem s pány Dohnalem a Juchelkou (moderátorem) v Ostravském studiu. Kromě hodinového rozhovoru jsem měla možnost poznat studio, ve kterém se pořad natáčel a postupy, které byly při výrobě používány. Ač tedy zpětně, v podstatě jsem použila prvky dalšího výzkumu - zúčastněného pozorování rutin mediální produkce. (Trampota, Vojtěchovská, 2010) Pro výběr respondentů jsem pak použila principy *„Snowball technique“*, která spočívá na výběru jedinců, při kterém nás nějaký původní informátor vede k jiným členům naší cílové skupiny.“ (Disman, 2002, s. 114), kdy mě Marek Dohnal a Aleš Juchelka dovedli k panu Mrázovi, výtvarníkovi pořadu, který mi řekl o Kateřině Ondřejkové (autorka nápadu Medúzy), dále k panu Krajčovi a Kučerovi. Tím jsem obsáhla všechny dramaturgy, dva ze tří moderátorů a vedoucího grafického studia, které výtvarno Medúzy vedlo po dlouhá léta, což mi zajistilo více pohledů na věc a ověřitelnost informací od několika zdrojů (jež se ukázala zásadní, vzhledem k vybledlým vzpomínkám na již zaniklý pořad). Rozhovory jsem většinou nahrávala, některé byly vedeny písemně. Vzhledem k jejich objemu a respektování přání tázaných o nezveřejňování některých informací jsem je k práci nepřiložila. Nicméně v práci využívám mnohé informace podložené těmito rozhovory, na místech, kde je to podstatné, jsou označeny jménem autora tvrzení. V práci používám také citace z rozhovorů, ty jsou pak označeny kurzívou a jménem autora. Rozhovory jsem však prováděla až po sledování pořadu, kdy už jsem základní informace získala pozorováním. Některé pasáže, jako historie pořadu, jsou z většiny bez citací a odborného podložení, jedná se však o souhrnné informace, které jsem získala z mnoha zdrojů, ať už sledováním pořadu, rozhovory nebo z internetových zdrojů. Tyto zdroje uvádím v literatuře bez konkrétních odkazů, protože jsem z nich necitovala, ani neparafrázovala autory textů. Teoretický základ jsem pak čerpala především z tištěných zdrojů.

## **1.2 Metodologie kvantitativních výzkumů**

K vypracování kvantitativních výzkumů jsem použila teoretického podkladu knih autorů Tomáše Trampoty a Martiny Vojtěchovské nebo také Miroslava Dismana. Jejich knihy mi byly pomocníky, garantujícími vědomosti, které jsem získala při studiu. Sběr dat pro kvantitativní výzkumy byl také specifický. Pro výzkum žánrové skladby jsem vyhledávala informace o jednotlivých interpretech, které jsem zjistila sledováním pořadu, přičemž mi byly zdrojem internetové encyklopedie, stránky jednotlivých interpretů, internetové videoportály, databáze umělců a internetové diskuze. Takto získaná data jsem pak zpracovávala kvantitativní metodou (viz kapitola 6). Údaje o sledovanosti jsem získala z Útvaru výzkumu a analýz ČT, kde mi paní Pincová poskytla informace o sledovanosti každého pátého dílu od roku 1997 (kdy začal výzkum pomocí peplemetrů) a průměrné roční hodnoty vypočítané ze všech dílů, které jsem nakonec při interpretaci výzkumu použila. Podrobná data byla podrobná natolik, že na nich v daném rozsahu nebyly zřetelné zásadní změny ve sledovanosti. Metody kvantitativních výzkumů sledovanosti a žánrové skladby blíže popisují v jednotlivých kapitolách.

## **2. Hudba a její role v životě dospívajících**

První část této kapitoly jsem pojala jako soubor odborných názorů, které společně definují problém mládeže a subkultur, ve vztahu k hudbě a televiznímu vysílání. Text je poskládán převážně z citací, které spojují mé poznámky.

Příslušnost k jednotlivým subkulturám nebo popkultuře/mainstreamu začínají řešit dospívající v pubertálním věku, kdy hledají vzory pro vlastní identitu, přičemž se snaží zorientovat prostřednictvím svých vrstevníků (Smolík 2010) a inklinace k hudebním (a jiným) subkulturám je přirozeným vyústěním tohoto procesu. *„Během období pubescence, které trvá přibližně od 12 do 15 let, dochází k obrovským změnám ve vyvíjející se osobnosti dospívajícího. Jednou z nich je i další nárůst významu a vlivu vrstevnických vztahů, které silně působí na vyvíjející se identitu dospívajícího. Ve středním školním věku dítě začalo hledat identifikační vzory mezi vrstevníky a dosavadní vzory z rodiny začaly ustupovat do pozadí.“* (Scheerová in *Děti a jejich problémy III*, Vargová, 2010, s. 95) Mnozí by oponovali, že je to pouze otázka pubertálního věku, který odejde a s ním i ony výkyvy a příklony k životním stylům. S tím lze do jisté míry souhlasit, stále tu ale zůstává zkušenost, která budoucí život



nezanechá nepoznamenaný. Aneb jak říká Petr Sak: „*Integrovanou kategorií sociálního zrání je životní styl, do kterého se promítají všechny ostatní prvky a procesy sociálního zrání. Jedná se o dynamizovaný a do sociálního časoprostoru promítnutý hodnotový systém jedince. Je individualizovaný a specifický pro daného jedince, i když má společné rysy s dalšími jedinci, adekvátně podle shodnosti sociálního pole. Životní styl je sice typický pro danou životní etapu, ale obsahuje základy celoživotního stylu, který se podle jednotlivých životních etap dále modifikuje.*“ (Petr Sak, 2000, s. 46)

Další otázkou dnešní mládeže je, kam až sahá střední proud a kde naopak začíná ten alternativní, nebo-li subkulturní život. A čím se vlastně klasifikují. Podle Kolářové: „*Současná mládež sice působí nekonformně, ale jejich hodnoty konformují s většinovou společností. Individualismus vládne jako kulturní norma a osobní autonomie už není otázkou volby, nýbrž povinností. (...) Je problematické rozlišovat subkultury a mainstream, neboť subkultury se mohou často vyznačovat primárně spotřebou. A na druhou stranu snaha o osobní svobodu a odmítání konformismu necharakterizuje jen subkultury, ale mladé lidi celkově.*“ (Kolářová 2011, s. 214) V zásadě je toto tvrzení platné, skutečně se ale týká pouze dnešní doby? Vždyť odlišování se od ostatních provázelo mládež odnepaměti, v dřívějších dobách ale neexistovala masová komerční kultura, nebyl zde propracovaný marketing dnešních hudebních společností, spolupracujících s oděvním průmyslem a médií, který dnes využil právě touhy po originalitě ku prospěchu svému a předkládá dospívajícím nové a nové žánry, vykrádá styly subkultur a přenáší je do módních stylů, takže už se jen těžko kdokoli zorientuje v rozdílech mezi stylem středního proudu a stylem subkultur: „*Komodifikace subkultury de facto vedla k jejímu zpřístupnění pro širší veřejnost. Tím došlo nejen k vytvoření antiteze původních subkulturních myšlenek, ale i k propůjčení subkulturního kapitálu k inspiraci módních trendů pro většinovou společnost.*“ (M. Pixová in Revolta stylem, Kolářová 2011, s. 64-65)

Dle Smolíka je hudební subkultura vyhraněná skupina, která uznává jiné hodnoty než většinová kultura. Jedním ze znaků subkultur je vymezení vůči střednímu proudu, hlavně z důvodu „boje“ proti komerčnosti. Hranice komerčnosti jsou však jen těžko definovatelné: „*To, že určitou kapelu neposlouchá mainstream, svědčí o její „nekomerčnosti“ jen málo. U kapel se jedná spíše o rozdíl ve způsobu, jakým se svým komerčním úspěchem zachází, a zda prvoplánově vznikly za účelem jeho dosažení.*“ (M. Pixová in Revolta stylem, Kolářová 2011, s.

66) Všechny tyto postřehy z různých zdrojů potvrzují tezi, že hudba může v zásadě ovlivnit životní styl dospívajícího, který nadále formuje jeho osobnost i v dospělém životě. A televize v projekci hudby nestála stranou.. Závěrem si dovolím poslední citát: „*Vedle rodiny a školy se televize stala třetím nejúčinnějším socializačním činitelem.*“ (P. Sak, r. 2000, s. 175)

V další části této kapitoly se věnuji hudebním žánrům obsaženým v pořadu Medúza a stručně popisují některé subkultury s nimi spojené. Podkapitoly jsou rozděleny podle žánrů použitých ve výzkumu žánrové skladby, který je předmětem poslední kapitoly této práce. Jedná se tedy o žánry, které se objevily alespoň jednou ve zkoumaných epizodách pořadu Medúza.

## **2.1 Hudební žánry a životní styl s nimi spojený**

### **2.1.1 Populární hudba**

Pojem populární hudby je velmi diskutovaný, hranice tohoto pojmu se stávají stále širšími, stejně jako jeho diváci. Dalo by se říci, že populární hudba je veškerým obsahem hitparády Medúza. Předmětem této kapitoly je ale definovat populární hudbu jako žánr jednotlivých autorů. Populární hudbu jako žánr tedy definuji jako takovou hudbu, která je vytvářena prvoplánově jako obsah středního proudu kultury a jejím cílem je zaujmout co nejvíc diváků. Ač tedy může být populární zpěvák originální a rozeznatelný od jiné hudby, stále se drží v takových mantinelech, aby nikoho neurážel. Toto bych definovala jako nejvýraznější rozdíl mezi populární hudbou a ostatními žánry. Dalším typickým znakem pro populární hudbu je postavení producentů, které je mnohdy důležitější, než osoba samotného zpěváka. Producent vytváří hudbu a vybírá pro ni vhodného interpreta, písně jsou málokdy autorské a mnoho zpěváků zpívá písně několika producentů. U folku a country popu, které jsem také zařadila do této kapitoly, je naopak autorství písní časté. I u těchto a dalších subžánrů ale platí, že populární hudba se často více soustředí na jednotlivé skladby než na interprety, a tak se někdy do populárních žebříčků dostane zpěvák, který patří do některé ze subkultur. Následkem je pak buď komercializace interpreta nebo žánru, či dočasný příklon masových posluchačů k dané subkultuře. (Robert Ziegler, 2013)

Populární hudba samozřejmě není jen jedna, stejně jako u subkultur se vyvíjí s dobou a novými technologiemi, má mnoho různých odnoží a zasahují do ní také původně subkulturní žánry. Velký rozdíl mezi tzv. středním proudem a subkulturou je mimo jiné ve věkovém

rozpětí. Zatímco aktivních členů subkultur s vyšším věkem ubývá, u středního proudu je počet příznivců víceméně věkově rovnoměrný. Populární hudba má ale jiné specifikum - věk posluchačů má vliv na její podobu. Většina posluchačů si ji oblíbí v mládí a celý život pak tihne především ke „svým“ interpretům a noví je už většinou natolik neosloví. Naopak mládež ve snaze být módní se nechává ovlivnit novými trendy, přestože se často prostřednictvím rodičů a médií navrací ke klasice, v podobě tradičního popu.

Dnešní střední proud není tak jednoznačně definovatelný jako dřív, vzhledem k inspiraci subkulturami a módní potřebou odlišit se je někdy na první pohled těžké rozeznat punkera od posluchače popmusic. Primárně je však účastník středního proudu definován tím, že svůj vzhled přizpůsobuje módním hitům, které produkují korporace oděvního průmyslu a nevymezuje se nijak extravagantně proti ostatním (pokud to zrovna není v módě). Ten stejný člověk, kterého jsme si včera spletli s posluchačem punku nám tedy zítra může připomínat disco boye 70. let, pokud to bude „moderní“.

### **2.1.2 Rock**

Rock je označován jako žánr populární hudby, přesto jsem se ho z několika důvodů rozhodla analyzovat odděleně. Prvním z důvodů je jeho jasná odlišnost od čistého popu, jak poslechem, tak vzhledem a smýšlením. V Čechách má rock kořeny v „bigbítu“, kdy se rock a jeho odnože vymezoval proti režimu. Posluchači bigbítu vychovali své děti za poslechu rockové hudby a ty se staly diváky pořadů, jakým byla Medúza. V konkurenčním prostředí rockových magazínů tato hitparáda také vznikala a v devadesátých letech byly na vrcholu popularity poprockové kapely, jako Lucie nebo Wanastovy vjegy. Životní styl posluchačů rocku se dá rozdělit na rozdělit na zapřisáhlé rockery a posluchače popu. Ti druzí vedou životní styl popsáný v kapitole 5.1, ti druzí se stále trochu odlišují. Rockeři jsou převážně součástí starší generace, pro kterou byl ještě rock velmi „tvrdou muzikou“, většinou jsou to bývalé „máničky“, které mají oblibu v koženém a džínovém oblečení, černé barvě a dlouhých vlasech. Často jsou také zároveň posluchači tvrdé hudby, popsané níže. Do skupiny rock jsem zařadila žánry rock, folk rock a pop rock.

### **2.1.3 Alternativní hudba**

Alternativní hudba je široký pojem, stejně jako slovo „alternativní“ samo o sobě. Hudba se takto začala označovat až v moderní době, kdy byl již rock, punk i další žánry oposlouchané a tvůrci chtěli opět dosáhnout originality v tvorbě. Když potom začaly vznikat alternativy k tradičním hudebním žánrům, byly jejich příznivci na pochybách, zda je lze do žánru zařadit. Vznikly tak nové žánry, respektive staré žánry s prvky jinakosti, tedy alternativy. Do této kategorie jsem ve výzkumu zařadila alternative rock, indie rock, alternative folk a alternative hip hop. Styl, spojený s touto hudbou souvisí s původními žánry, v největším zastoupení byl však v hitparádě alternativní a indie rock, se kterým se pojí především mladí, nonkonformní studenti, kteří se snaží odlišit všelijak, ale neřadí se k určité subkultuře. Dnes je tento neexistující kmen označován jako „hipsteři“, jeho členové se však k tomuto označení nehlásí. (Veselý, 2011)

#### **2.1.4 Tvrdá hudba**

Označení „tvrdá hudba“ jsem použila pro žánry punkrock, metal, hardrock a punk, jejichž představitelé se v hitparádě objevili. Posluchači těchto žánrů se prolínají, zároveň ale tvoří vyhraněné subkultury, které výrazně ovlivňují životní styl všech zúčastněných. Jedná se o subkultury punku, metalu, gothic rocku, emo, skinheads, motorkářů, hooligans, hardcore a dalších, u nichž hraje hudba výraznou roli, především v seberealizaci a sjednocení komunity. Některé z těchto subkultur mají hluboké kořeny, jiné vznikly na přelomu tisíciletí a často se vzájemně prolínají, ať už hudbou, nebo životním stylem. Společný znak je na první pohled znatelné vymezení vůči střednímu proudu společnosti prostřednictvím zevnějšku, chování a hlavně smýšlení. (Veselý, 2011; Kolářová, 2011)

#### **2.1.5 Elektronická hudba**

Elektronická hudba je označením pro žánry, které v hitparádě zastupují žánry house, electro, electronic pop a dance. Historie je tak krátká, jak krátký je život elektronických hudebních nástrojů a mixážních pultů. Také kolem těchto žánrů se vytvořila subkultura jejich posluchačů. Součástí subkultury označované Smolíkem (2010) jako taneční scéna jsou různé žánry elektronické hudby, jako je techno, house, jungle, freetekno a jejich odnože. V českém prostředí je nejvýraznější částí subkultury freetekno, jehož představiteli jsou tzv.

soundsystémy<sup>1</sup>. Subkultura freetekna se vymezuje proti společnosti a konzumu, ale také proti individualismu a popularitě DJ's, kteří prezentují elektronickou hudbu v prostředí masové kultury (většina zastoupení tohoto žánru v hitparádě). Hlavními hodnotami je jednota lidí v subkultuře. (Kolářová, 2011)

### **2.1.6 Hip hop a R&B**

Do skupiny Hip hop a R&B jsem zařadila žánry R&B, hip hop a rapcore. První dva žánry většinou spojují interpreti, třetí je jakousi rockovou odnoží hip hopu. S těmito žánry se pojí subkultura hip hop, která je v českém prostředí jednou z těch mladších, zato v má v současnosti velmi početné zastoupení v masové kultuře. Subkulturní hiphopeři sami sebe považují za underground hip hopu, ze kterého však většina velkých komerčních hvězd vzešla. Jako u všech subkultur se snaží tato část hiphoperů udržet původní myšlenky subkultury a staví se proti většinové společnosti, která se k hip-hopu dostává prostřednictvím komerčních umělců: „Dotazovaní/é chápou mainstream jako ty skupiny, které jsou nejvíce vidět, prodávají alba a celkově těží z komerčního úspěchu stylu. Tito interpreti tvoří elitu hip hopu. Na druhou stranu underground je chápán jako hip hop, který se drží kořenů tak, jak byly formovány v USA, a který chápe komerční vliv jako zdroj úpadku stylu jako takového.“ (Anna Oravcová in *Revolta stylem*, Kolářová, 2011, s. 138-139) Co se týče zevnějšku, je tato subkultura typická tím, že pro původní hiphopery nebyl důležitý ani tak vzhled, jako pohodlí. Odtud pramení obraz hiphopera v teplákách, triku obřích rozměrů a kšiltové čepici. Pro mainstreamové interprety a jejich fanoušky jsou dnes však typické velmi drahé, většinou americké značky tohoto druhu oblečení.

### **2.1.7 Jazz a soul**

Do této skupiny jsem zařadila žánry jazz, soul a funky. Tyto žánry jsou spojeny tradičními hudebními nástroji, jako je saxofon, piano nebo kontrabas a všechny mají původ v jazzu, jenž pochází z afro-amerických rytmů v hudbě počátku 20. století. Žádné výrazné subkultury se s těmito žánry v dnešní době nepojí, životní styl posluchačů se různí. Tyto žánry mohou

---

<sup>1</sup> Soundsystémy jsou skupiny tvůrců a organizátorů, kteří organizují tzv. freeparties, na kterých je hlavní hudba, tanec a světla. Tyto party se konají většinou v přírodě, jejich účastníky láká právě spojení přírody a technologií.

inspirovat ke hře na hudební nástroj, jež je u toho stylu zásadní a vyznačuje se vysokou kvalitou.

### **2.1.8 Ostatní žánry**

Do kategorie jsem zařadila žánry lidové a klasické hudby. Tyto dva žánry se vyskytly ze všech analyzovaných epizod pouze ve třech skladbách, nicméně pro úplnost výzkumu jsem je musela klasifikovat a uvést v samostatné kapitole, jelikož jsem nedokázala určit, ke které z dalších kapitol bych je mohla objektivně přiřadit. Jednalo se spíše o jakési výstřelky dramaturga.

## **3. Vývoj hudebních pořadů pro mládež v letech 1953 - 2012**

První kapitola se věnuje pořadům pro mládež, vysílaným na českých televizních programech v letech 1992 – 2012. Vývoj zahraničních hudebních pořadů jsem vyhodnotila jako irelevantní pro tuto práci, vzhledem ke zjištění, že formát pořadu Medúza je původní a vznikl v Ostravském studiu České televize. Odklonila jsem se tedy od tezí. S ohledem na povahu a strukturu celé práce jsem věnovala větší prostor českým pořadům pro mládež, které zanechaly v historii vysílání výraznou stopu a jejichž součástí byly hudební videoklipy, abych tak zmapovala mediální prostor, ve kterém vznikala hitparáda Medúza. Při výběru konkrétních pořadů jsem se řídila především internetovými diskuzemi a filmovými databázemi, z důvodu nedostatku jiných ucelených zdrojů o televizních pořadech pro mládež. Kapitola obsahuje dvě podkapitoly, z nichž je první věnována veřejnoprávní televizi a druhá komerční. Pořadům se věnuji okrajově, cílem není analyzovat jednotlivé pořady.

### **3.1 Vývoj pořadů pro mládež ve veřejnoprávní televizi**

Československá televize začala zkušební vysílání v roce 1953, ve kterém vysílala především živé přenosy ze sportovních utkání nebo divadelních představení. V roce 1956 vznikl první pořad Branky, body, vteřiny, roku 1958 pak Televizní noviny. V prvních letech vysílání již také vznikaly první pořady pro děti, jejichž hlavní tvář se stala Štěpánka Haničincová. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010) V následující kapitole se věnuji hudebním pořadům pro děti a mládež, které zůstaly v paměti diváků, a to v letech 1953 - 2012. Začátek 90. let byl zlomový, ať už se jednalo o republiku, televizi nebo tvorbu pro mládež. Československá televize se na Českou a

Slovenskou televizi rozdělila se změnou režimu, k čemuž vedl nesoulad mezi porevolučními představami o budoucnosti televize mezi českými a slovenskými tvůrci. Rozdělení států již tedy Česká televize téměř nepocítila. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010) V roce 1993 vznikla pro ČT konkurence v podobě FTV Premiéra, o rok později TV Nova.

Na počátku 90. let v České televizi vypukl boom hudebních pořadů, když se do Československa dostala zahraniční hudba. Tvorba pro děti také prošla změnou, v druhé polovině devadesátých let se změnil přístup k dramaturgii pořadů pro děti, z dosavadních magazínů se staly samostatné pořady zaměřené na konkrétní oblasti zájmu a vznikly nové úspěšné formáty, jako Medúza nebo Bludiště. Hlavním zdrojem informací o těchto pořadech byly internetové stránky jednotlivých kanálů a Československá filmová databáze (csfd.cz).

### **3.1.1 Magion (1984)**

Magazín pro děti a mládež, jehož součástí byly zahraniční pohádky a seriály, hosté a hudební videoklipy. Pořad se vysílal pravidelně ve čtvrtek. Moderovali Rostislav Kuba, Jan Rosák, Petr Jančařík, Michal Jagelka. Pořad byl vysílán až do roku 1996.

### **3.1.2 Vega (1987)**

Magazín podobný Magionu, který navázal na jeho úspěch. Pořady se někdy také prolínaly (vysílání cizojazyčných pořadů ve Veze, druhý den dabovaný v Magionu). Moderovali Slávek Hrzal, Stanislav Hložek. Vega pokračovala do roku 1995.

### **3.1.3 Hitparáda (1991)**

Další hitparáda světové i české hudby. Moderuje Martin Hrdinka.

### **3.1.4 Bago (1991)**

Hitparáda s převážně tvrdou hudbou, kterou uváděl Miloš Pokorný.

### **3.1.5 Medúza (1992)**

V roce 1992 vznikla Medúza jako hrací automat bez moderátorů a první počítačová animace v České televizi. Od roku 1994 se stala součástí pořadu Mini-maxi. V roce 1996 zanikají všechny magazíny a na ČT zůstává Medúza a několik dalších hudebních pořadů vzniká.

### **3.1.6 Mini-maxi (1994)**

Magazín pro děti a mládež, střídaly se rozhovory s hvězdami, nadanými dětmi nebo vědci, s několika seriály, soutěžemi a hitparádou Medúza. Podrobný rozbor viz kapitola 3..

### **3.1.7 60 (1996)**

Šedesátiminutový pořad s alternativním výběrem hudby v režii Zdeňka Suchého.

### **3.1.8 Paskvil (1997)**

Pořad o moderní hudbě, designu a grafice, především o alternativních stránkách těchto oblastí umění. Vysílaný od roku 1997 na ČT2, kde skončil v roce 2006. Uvádí ho několik různých moderátorů, jako poslední pak Aida Abbasová.

### **3.1.9 Noc s Andělem (1998)**

Pořad, ve kterém zaznívala živá hudba přímo ze studia. Moderátor Pavel Anděl zval do pořadu hudební hosty, kteří zde také vystupovali. Vysílal živě, až do roku 2009 na ČT2. Vzhledem k pozdní hodině vysílání byl určen spíše pro diváky od 15-ti let.

### **3.1.10 Pomeranč , Superpomeranč, Pětka v pomeranči a Pětka od Zellera**

Pořad pro dospívající mládež, ve stylu Paskvilu, ale s tvrdší hudbou, hosty a reportážemi. „My začínáme na Rammsteinech, Kornech či Sepultuře. To, co je například v Medúze mezní hranicí, je u nás mainstreamem.“ (Martin Zeller, ceskatelevize.cz<sup>1</sup>)

### **3.1.11 Musicblok**

Hudební magazín, následovník pořadů Paskvil a Pomeranč. Moderuje dvojice Cossiga a Nasty, dva hudebníci z řad „beatboxerů“, z nichž jeden je již známý z pořadu Na Stojáka. Musicblok se později sdružuje s Medúzou do jednoho pořadu.



## **3.2 České hudební pořady v komerčním prostředí**

Historie pořadů na komerčních kanálech je oproti ČT velmi stručná. Televize Nova nasadila Eso, které sklidilo velký a dlouholetý úspěch, TV Premiéra S.O.S. s Pavlem Andělem a později již jako Prima T-Music, který Esu nemohl konkurovat a zanedlouho se přesunul na nově vzniklou televizi Óčko. To vše za přílivu zahraničních hudebních kanálů v placeném prostředí a později završeno vznikem české MTV.

### **3.2.1 S.O.S (1994)**

Pořad TV Premiéra (která vysílala od roku 1993, její nástupkyní je dnes Prima), respektive odpolední hudební blok, ve kterém nepřetržitě hrály videoklipy. Moderoval Pavel Anděl a Bořek Slezáček.

### **3.2.1 Eso (1994)**

Nejsledovanější hudební hitparáda novodobé televizní historie byla vysílána na TV Nova od roku 1994. Nejúspěšnějšími moderátory byla v začátcích Tereza Pergnerová a po mnoha změnách se na několika let ustálil moderátor Leoš Mareš, který pořad uváděl až do jeho konce. Hitparádu Nova nasadila na sobotní dopoledne. Hudba byla čistě komerční, zacílená na co nejvyšší sledovanost.

### **3.2.3 T-music (2004)**

Reakce TV Prima na úspěch Esa, tedy hudební hitparáda. Diváci se však na pořad sponzorovaný operátorem T-Mobile nenechají nachytat. Pořad uvádí Libor Bouček a Kateřina Kristelová. Pořad se později přesouvá na televizi Óčko.

### **3.2.4 Óčko (2002)**

Televize Óčko vysílá od roku 2002, původně pod názvem Stanice O. Sledovanost kanálu Óčko rostla spolu s počtem kabelových a satelitních přijímačů v českých domácnostech. Televize vysílá převážně videoklipy a na nich založené pořady a hitparády, postupně přibývá pořadů s hosty a reportážemi.

### **3.2.5 Zahraniční hudební TV**

S digitalizací se stalo samozřejmostí přijímat zahraniční kanály, ať už placené, nebo neplacené. Oblíbené stanice jsou americká MTV nebo německá Viva. V roce 2009 s velkým očekáváním spustila Nova českou verzi MTV, dopadlo to ovšem neúspěchem.

## **4. Historie pořadu Medúza**

*"Pořad vznikl v Ostravě už v roce 1992 jako písničkový automat. Poté byl nějakou dobu součástí magazínu Mini-Maxi. V roce 1997 se Medúza stala opět samostatným hudebním magazínem s hitparádou, vůbec prvním v zemi, který se vysílal živě. Od roku 1999 do 2009 prošla Medúza dalšími obsahovými i formálními proměnami, několikrát se změnil i výtvarný design pořadu. Jejimi oblíbenými moderátory v té době byli Richard Krajčo a Aleš Juchelka. Dosud poslední proměnu zažila v roce 2010 s příchodem nové moderátorky Kláry Vytiskové. A že to rozhodně není naposled, co se Medúza představila v novém, se brzy sami přesvědčíte."* (ceskatelevize.cz, 19. 3. 2015)

Tento propagační text jsem našla na stránkách České televize ještě v březnu tohoto roku. Následující kapitola obsahuje mnohé další informace o tvůrcích, vývoji a zániku hudebního pořadu Medúza. Kapitola je rozdělena na časové úseky, které byly nějakým způsobem významné ve dvacetiletém životě pořadu. Tyto údaje porovnám s vývojem sledovanosti v kapitole 5.

### **4.1 Vznik a vysílání hudebního automatu Medúza v letech 1992 – 1993**

Kateřina Ondřejková ve spolupráci s výtvarníkem Josefem Quisem a QQ Studiem vytvořila Medúzu, jako první animovaný hudební automat. Medúza neměla moderátory, sama animovaná postava byla moderátorem tohoto pořadu. Animaci obsluhovali dva lidé u počítače a telefonistka, která přijímala telefonické hovory od diváků.

Scénář byl vždy stejný, po rekapitulaci písní, které byly aktuálně v hitparádě, se objevila Medúza se svým: „Haló, tady Medúza!“, divák si řekl o skladbu a zahrál si hru o hudební nosič. Hra o ceny měla podobu výherního automatu, ve kterém se točí znaky ve třech sloupcích. Cílem hry je zastavit automat v okamžiku, kdy jsou vedle sebe tři, nebo alespoň

dva stejné obrázky. Medúza ohlásila: „Hrajem!“, divák řekl „stop“, automat se zastavil. Při shodě dvou obrázků vyhrál divák desku, při shodě tří obrázků vyhrál audiokazetu. Ceny se proměňovaly, stále ale fungoval princip žádná shoda – bez výhry, dvě shody – vedlejší cena, tři shody – hlavní cena. Výhry do soutěže poskytovaly nahrávací společnosti. Kromě případné výhry bylo odměnou také následné přehrání videoklipu od žádaného interpreta. Princip hry, dramaturgii nasazovaných videoklipů a dokonce i hlas tehdejší Medúzy měla na svědomí sama Kateřina Ondřejková.

Volající hlasovali pro 5 z 9 videoklipů. Ty postupovaly do příštího dílu Medúzy, ostatní byly nahrazeny videoklipy novými. S tímto jednoduchým principem vydržela Medúza do konce roku 1993 jako samostatný pořad.

#### ***4.2 Rok 1994 a Medúza jako součást dětského magazínu Mini-maxi***

Rok 1994 dal vzniknout dalšímu z mnoha dětských magazínů České televize, tentokrát pořadu Mini-maxi s ambiciózně zvolenou moderátorskou dvojicí, složenou z již populární dětské zpěvačky Lucie Vondráčkové a Ondřeje Matuly, neznámého kudrnatého mladíka. Pořad vznikl pod tvůrčí skupinou Procházka – Hefka, na scénáři pracoval a reportážemi z Prahy přispíval Jiří Vondráček, otec Lucie.

Na znělce Mini-maxi se podílelo opět Ostravské QQ Studio, konkrétně pan Mráz, zakladatel tohoto studia, které vzešlo z pracovníků krátkého filmu. Interiér televizního studia tvořily stěny polepené novinami, několik kusů nábytku, moderátoři měli vždy kšiltovou čepici a džínové kalhoty. Ondřej hrál natvrdlého kluka, který se, ač o několik let starší, nechává poučit krásnou a inteligentní Lucíí, která si se vším poradí.

Součástí pořadu jsou reportáže o úspěšných dětech i dospělých, rozhovory se zajímavými osobnostmi z různých oborů, soutěže o knihy a hudební nosiče, seriál o extrémních sportech, dětský seriál s otevřeným koncem o nerozhodném Pindřovi a konečně Medúza, ve stejné podobě jako v letech 1992 – 1993, uzavírala celý magazín. V této podobě bylo Mini-maxi vysíláno každý čtvrtek od 17 hod na programu ČT1 až do konce roku 1995.

#### ***4.3 Poslední rok magazínů - 1996***

V roce 1996 nastupuje tvůrčí skupina Dohnal – Kupka a mění se dramaturgické pojetí pořadu Mini-maxi. Medúza dostala větší řád, co se týká výběru videoklipů a stala se hlavní postavou celého magazínu. Proměna nastala i v obsazení moderátorů. Od počátku roku 1996 odchází z pořadu pro nedostatek času Lucie Vondráčková, stejně jako její otec, a Ondřej Matula dostává několik nových kolegyň, které se ve vysílání střídají. V průběhu roku odchází ze studijních důvodů také Ondřej, kterého nahradí několik chlapců v podobném věku.

V magazínu byla vždy smíšená dvojice moderátorů, jeden host, Medúza, která hudbou provázela celý pořad a několik reportáží, soutěží a seriálů. Počet videoklipů se zvýšil na 10, ze kterých si diváci a host vybírali 6 písní, jež postoupily do dalšího týdne. Hlavní výhra se změnila na CD a audiokazeta se posunula na druhé místo. Interiér se proměnil v místnost s pohovkou pro rozhovor s hostem, ve které byl také sud a okno, na které se promítala Medúza – zde je vidno první použití klíčovacího pozadí, které bylo v dalších dílech běžné. Do pořadu také přibyla hřebenovka, tedy soutěžní křížovka, do které se každý týden doplnilo jedno slovo. Mladí diváci si mohli hřebenovku koupit vytištěnou v časopisech Ohníček, To jsem já nebo Noviny do kapsy, aby si jí mohli doma vyplnit a odeslat do slosování o ceny. Vysílací čas Mini-maxi zůstává stejný, jako minulých letech.

#### **4.4 Vznik hitparády Medúza - rok 1997**

*„Hitparáda Medúza se začala vysílat v roce 1997. Živé vysílání a diváckou hru po telefonu o cédéčka jsem zachoval – tím se Medúza od začátku odlišovala od všech minulých i budoucích hitparád. Přibýly hudební informace, rozhovory a soutěže – jako skoro v každé jiné hitparádě.“ (dramaturg Marek Dohnal)*

V roce 1996 se v ČT Ostrava změnilo vedení tvorby pro děti a došlo ke zrušení všech magazínů a jejich následnému rozdělení na jednotlivé pořady. Vznikly tak nové úspěšné formáty, jako Medúza nebo Bludiště, které se na obrazovkách udržely po mnoho dalších let.

Z konkurzu na první moderátory hitparády Medúza vzešla dívčí dvojice Andrea Grossmanová a Viola Gebauerová. Pořad byl celý natáčený živě, jen hvězdné pozdravy a rozhovory se předtáčely.

Tvůrčí tým tvořil režisér Aleš Herman, střihači Adina Karbulová a Jaromír Vašek, dramaturg a scénárista Marek Dohnal a dva kameramani. V tomto složení byl pořad vytvářen až do roku 2008.

Dekoracemi v prvním studiovém prostředí byla palma na ostrůvku, mořský koník, síťová houpačka a klíčovací pozadí, na kterém se promítaly animace a videoklipy. Autorem tohoto prostředí byl Josef Quis pod hlavičkou QQ Studia, tvůrce první Medúzy, který také vytvořil novou animaci pro hru o CD. Nová hra probíhala jako schovávaná, ve které se Medúza ukryla za jednu z animovaných kulis, a divák hádal, která z nich to je. Pokud volající uhodl, vyhrál nosič a pokud ne, nevyhrál nic. Změnil se princip hitparády jako takové, kterou již neovlivňovaly jen telefonáty, ale hlasování pro jednotlivé interprety prostřednictvím korespondenčních lístků. Součástí pořadu se staly také další soutěže a celá komunikace s diváky, kromě živých telefonátů, probíhala poštovní cestou.

Česká televize pořad nasadila proti hitparádě Eso, vysílané na komerční televizi Nova, tedy v sobotu v 10:15 hod.

#### ***4.5 Úspěšná změna moderátorů v roce 1998***

Po roce vysílání se jedna z moderátorek rozhodla odcestovat do zahraničí, ve studiu tedy brzy zůstala Viola sama a v polovině roku proběhl konkurz na nové moderátory. Dramaturg vybral podle sympatií Richarda Krajča a Aleše Juchelku. Ve snaze vytvořit smíšenou dvojici podrobil moderátory různým kombinacím s dívčími protějšky, ale nakonec vsadil na svou intuici a vytvořil chlapeckou dvojici, která se doplňovala jak vzhledem, tak smyslem pro humor. Kromě nových moderátorů zůstává podoba pořadu stejná, jako v uplynulém roce.

#### ***4.6 Divácké ocenění za rok 1999***

Změny v pořadu byly oceněny na dětském filmovém a televizním festivalu Oty Hofmana v Ostrově na Karlovarsku vítězstvím v kategorii Televizní dokumentární, publicistický a soutěžní pořad. Zároveň si z přehlídky Aleš Juchelka odvezl cenu pro nejsympatičtějšího moderátora. (ceskatelevize.cz)

Medúza v roce 1999 změnila vysílací čas, a to na úterý 17:25 hod v prvním pololetí. Po prázdninách se vysílací čas přesunul na čtvrtek 17:00 hod. Hlasování a soutěžní odpovědi bylo již možné posílat kromě pošty také prostřednictvím SMS nebo e-mailu.

#### **4.7 Rok 2000 – s „hydroboudou“ do nového tisíciletí**

Úspěch nové moderátorské dvojice byl nepopíratelný a pořad se ubral jiným směrem, což si vyžádalo další výtvarné pojetí. Nyní se animací a proměny studia ujal zakladatel QQ Studia Vladimír Mráz a spolu se svou studentkou Janou Terleckou přidal do hry na schovávanou další medúzu. Vznikla tak růžová Bětule a špenátový Erik, animované personifikované Medúzy, které se schovávaly za podmořské poklady. Dekorace celého pořadu byla stylizována do podmořského světa s nezvyklou kulisou podvodní „hydroboudy“, tedy podvodní telefonní budky, která vyzváněla pod návaly volajících diváků. Celkový dojem byl modernější, odpovídající chlapecké nadsázce, která ovládla pořad a měla za cíl přilákat také starší diváky (viz kapitola 5)

Konečná verze vysílacího času na dalších několik let byla středa 16:35 hod. Ke všem hlasovacím kanálům přibylo od listopadu také hlasování přes internetové stránky pořadu.

V roce 2000 Medúza obhájila vítězství na festivale v Ostrově, cenu za nejlepšího moderátora tentokrát obdržel Richard Krajčo, který byl v ten samý rok oceněn také jako Talent roku 2000 cenou Alfréda Radoka za roli Hamleta v Divadle Petra Bezruče.

#### **4.8 Šoubizlosti a popularita v roce 2001**

Součástí pořadu se v tomto roce staly „šoubizlosti“, tedy parodické zpravodajství z hudebního světa. Podkladem pro toto „zpravodajství“ byl týdenní zpravodajský servis od agentury InfoNet, ze kterého vzešlo několik zparodovaných perliček ze života hvězd, uváděných oběma moderátory za klasickým zpravodajským pultíkem. Tato část pořadu byla předtáčená.

Soutěž o ceny byla od roku 2001 telefonická, výhercem se stával první volající, tento princip soutěže nahradil losování z minulých let.

V roce 2001 vyhrála hudební skupina Kryštof, jejíž tváří byl Richard Krajčo, cenu objev roku na udílení cen Akademie české hudby Anděl (vysílané na ČT1). Popularita Richarda tak začala překračovat působení v pořadu Medúza.

Podoba a vysílací čas pořadu zůstala nezměněna do konce roku 2003.

#### **4.9 Rok 2004 – čas na změnu designu**

*„V roce 2004 už Medúza a Richard s Alešem dozráli natolik, že dětská ambaláž pořadu začala působit nepatříčně a tak přišla další proměna. Tentokrát ji navrhla Jana Macenaurová. Zmizela podvodní havěť a nahradila ji nenápadná abstraktní grafika z pruhů a geometrických tvarů, svítící stůl a válce. Hra o céděčka dostala podobu rozkmitaného potenciometru s optickým klamem.“ (Marek Dohnal)*

Součástí změny byla také nová znělka pořadu, celkově dostal pořad nový, moderní kabát.

Hlasování stále probíhalo stejnými cestami. Vysílací doba zůstává stejná až do konce roku 2005.

#### **4.10 Léta 2006 – 2008 - změny vysílacích časů a první přesun na ČT2**

V roce 2006 se zůstává čas stejný, mění se den vysílání ze středy na čtvrtek.

V první polovině roku 2007 je Medúza přesunuta na ČT2, vysílacím dnem zůstává čtvrtek, čas se posouvá na 18:30 hod. Od září se pořad opět vrací na ČT1 a původní vysílací čas, tedy čtvrtek 16:40 hod. V roce 2008 se čas opět mění, na 16:15 v prvním pololetí, po prázdninách 16:00 hod. Tyto změny mají zásadní vliv na sledovanost, v důsledku také na další vývoj pořadu (viz kapitola 5).

#### **4.11 Nový vzhled a odchod moderátora v roce 2009**

V roce 2009 oslovil Marek Dohnal se změnou designu partu mladých nadšenců, pohybujících se kolem pořadu Sabotáž. Ti se navrátí k dětské poetice a vymyslí nové téma ponorky, se kterou se místo medúzy objeví animovaný červ Chozé, mistrně hrající kytarové riffy, na jejichž zapamatování se zakládá nová paměťová hra. V tomto roce také vznikají nové internetové stránky pořadu.

Richard přestává stíhat všechny povinnosti, což vede k absencím v natáčení a postupnému přenechání celého moderování Alešovi. Den a čas vysílání zůstává stejný, jen v druhém pololetí se vysílání posouvá o 15 min dříve.

#### ***4.12 Rok 2010 s novými tvůrci a definitivní přesun na ČT2***

Marek Dohnal dospěl ke změně a předal scénářistické žezlo a dramaturgii pořadu mladšímu kolegovi, hudebnímu publicistovi a kritikovi Medúzy, Pavlu Kučerovi. Sám zůstal na postu hlavního dramaturga.

Oba se shodli na jménu nové moderátorky, zpěvačky Kláry Vytiskové, která byla veřejnosti známá především svými extravagantními módními kreacemi a zpěvem ve skupině Toxique.

První rok zpěvačka pokračovala v interiéru ponorky, který zdělila po Richardovi s Alešem, přibýly nové rubriky a odpadlo živé vysílání, tedy i divácké telefonování. Z Medúzy se tak stala klasická hitparáda s průběžným hlasováním. V každém díle byly přehrány videoklipy z předních příček a novinky. Vysílací čas se změnil na sobotu 12:30 hod, na programu ČT2.

#### ***4.13 Poslední změna designu v roce 2011 a konec Medúzy***

Osobnost Kláry Vytiskové se do ponorky příliš nehodila, v roce 2011 tedy přišla nutná změna designu. Ze studia se stal jednoduchý interiér kombinace barevných světél a černých pruhů, s obrazovkou a pódiem pro živá vystoupení hostů, která se stala na rozdíl od předchozích dílů pravidelnou součástí pořadu. Autorem designu a nové grafiky, ve které připodobnil medúzu k reproduktoru s kabely místo chapadel, byl David Bazika. V hitparádě byla jasná změna hudební dramaturgie pod taktovkou Pavla Kučery. Ten pojal hitparádu jako mix populární a alternativní hudby, která se ještě nehřála na výslunní hudebních žebříčků. Jednu z novinek vždy přinášel host pořadu.

Pořad zůstává na druhém programu, nicméně vysílací čas se opět mění ze soboty na čtvrtek, 18:30 hod. Vzhledem ke klesající popularitě hudebních pořadů se začíná Medúza střídat s dalším hudebním pořadem Musicblok, moderovaným chlapeckou dvojicí. Můžeme ji tedy vidět jednou za dva týdny.



Po prázdninách se vysílání opět přesouvá zpět na sobotu 12:15 hod, kdy je spojená Medúza a Musicblok za sebou v jednom celku, nazvanému MM – dvojitá dávka muziky. Od září 2011 se pořady spojí úplně, tedy moderátor Nasty se přidává ke Kláře a pracují spolu na části Medúzy. V roce 2012 se projekt MM přesouvá na večerní vysílací čas, tedy sobota 18:55 hod. Na konci června odvysílá poslední díl Musicbloku a Medúza pokračuje v druhém pololetí samostatně. Přibývají opět nové rubriky, ale v zániku Medúze již nezabrání.

Medúza končí s rokem 2012.

## **5. Vývoj sledovanosti**

Původním záměrem této kapitoly bylo sledování změn v pořadu a reakcí tvůrců na tyto změny. Od samotných tvůrců jsem ale dostala informaci, že jakákoli analýza sledovanosti pořadu Medúza nikdy neprobíhala, nicméně pořad prošel mnoha změnami, ať už se jedná o dekorace, moderátory, vysílací čas nebo číslo programu, které sledovanost ovlivňovali.

Zdrojem výzkumu byly údaje o sledovanosti každého 5. dílu pořadu Medúza z let 1997 - 2012, poskytnuté útvarem výzkumu a analýz České televize, tedy sekundární data, která vznikla primárně při elektronickém měření sledovanosti pro Asociaci televizních organizací.

### **5.1 Sběr dat**

Data jsem získala již zpracovaná z útvaru pro výzkum a analýzu ČT, odkud mi na základě žádosti vyhledala údaje o sledovanosti z každého 5. dílu pořadu, přičemž jsem nechala na uvážení ČT, jaký postup při určování oněch pátých dílů použije a pokusila jsem se tak o náhodný výběr. Výsledkem tohoto pokusu byly informace o dílech 1, 5, 10, ..., což jsem považovala za objektivní. V průběhu analýzy jsem ale zjistila, že první díl každého roku byla „Zlatá Medúza“, tedy výroční díl pořadu, ve kterém se vyhlašoval žebříček interpretů za celý rok. Již letným pohledem na údaje o sledovanosti bylo jasné, že tento díl měl téměř vždy větší sledovanost než ostatní, rozhodla jsem se tedy údaje o sledovanosti těchto dílů vynechat z výzkumu vývoje sledovanosti a zabránit tak jeho zkreslení.

Podle Jiráka a Köpplové mohou být informace o sledovanosti televizních programů, získané pomocí tzv. peplemetrů, zavádějící. Přesto dodnes neznáme lepší metodu, jak provést

šetření na tak velkém vzorku průkazněji. Proto jsem pro svůj výzkum použila právě tato data, budu se jimi zabývat jako průkaznými a věřit v jejich minimální odchýlení od reality, což je ostatně nutné u všech kvantitativních postupů, nemluvě o sekundárních datech, při kterých nemá výzkumník možnost kontrolovat postupy jejich získávání.

Data o sledovanosti jsou rozdělena podle dvou ukazatelů, jejichž hodnoty jsou vyjádřeny v procentech (%) nebo tisících (tis.). Těmito ukazateli jsou tzv. rating a share. „*Rating (...)* vyjadřuje odhad průměrného počtu nebo podílu osob z cílové skupiny v populaci (např. *dospělí starší 15 let*), které živě sledovaly průměrnou sekundu televizního vysílání na daném kanálu. Udává se v tisících nebo v procentech. *Share* se udává v procentech a vyjadřuje podíl času, který průměrně odsledovali diváci na daném kanálu vzhledem k celkovému odsledovanému času. Počítá se jen z diváků, kteří televizi sledovali.“ (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 188)

## **5.2 Vývoj cílového diváka dle věku**

Výzkum věkového složení publika je podstatný pro ověření hypotézy, že hudební pořad může ovlivnit vývoj a v důsledku i celý život dospívajícího publika. Pro potvrzení nebo vyvrácení této hypotézy je nutné zjistit, o jakou věkovou kategorii se jedná. Dalším cílem je ověřit hypotézy (názory) tvůrců, týkající se věku diváků.

### **5.2.1 Hypotézy**

Hypotézy jsem definovala na základě rozhovorů s tvůrci, u nichž mě překvapil rozdílný pohled na pořad, co se týče cílové skupiny. Dramaturg Marek Dohnal mluvil o Medúze jako o dětském pořadu, bral na děti velký ohled při výběru videoklipů a psaní scénáře. Proto jsem do rozhovorů zařadila otázky na toto téma. Hypotézy nejsou tedy definovány výzkumníkem, ale autory pořadu. Pro úplné znění budu citovat.

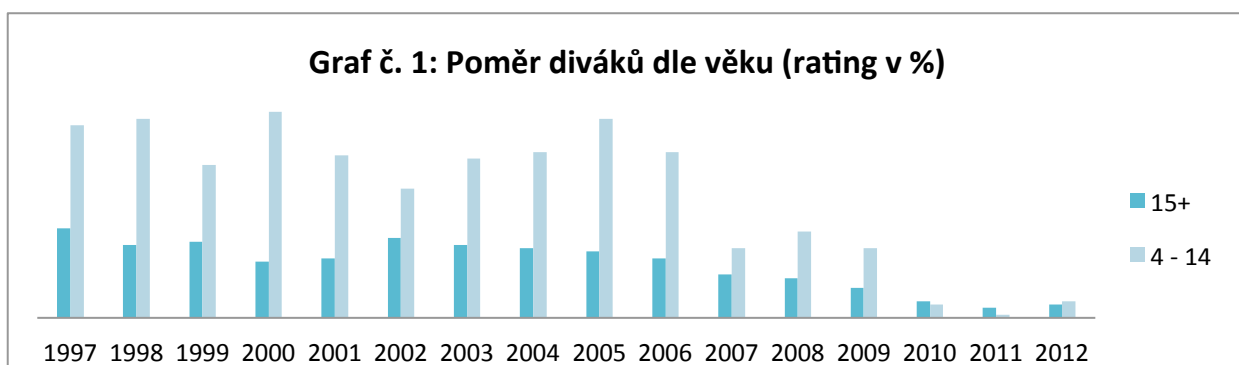
Marek Dohnal: „*Myslím, že diváci s Medúzou a jejími moderátory (mluvíme o Richardovi s Alešem) vyrůstali a odrůstali. Zároveň – dokud vše fungovalo – přirůstali a dorůstali diváci noví. Myslím, že většinu diváctva Medúzy tvořily mladé maminky a jejich děti.*“

Aleš Juchelka: „*Já si myslím, že jsme byli specifičtí v tom, že jsme si nikdy nesesdli z těch interpretů na zadek. Tím se posunul ten pořad z toho dětského do pubertálního období.*“

Richard Krajčo: „Cítil jsem se jako moderátor pořadu pro mladé, ne tolik pro děti. Ona totiž Medúza nabrala brzy trochu jiný směr. Dostávalo se tam více „jiné“ muziky a jiný styl humoru. Taky na nás začalo koukat široké publikum a pořad přestal být vnímán jako „dětský“. Myslím, že se to časem přehouplo na víc diváků 15+, ale to jen odhaduji.“

### 5.2.2 Výzkum

Pro výzkum sledovanosti dle věku jsem se rozhodla použít průměrné roční údaje hodnoty rating v procentech (viz příloha č. 1). Tuto hodnotu jsem vybrala z důvodu průkaznosti při porovnání poměru diváků do a od patnácti let věku. Údaje rating (%) udávají procento diváků z celkové cílové skupiny, proto je zde zohledněna početní převaha dospělých, ale zároveň se nejedná pouze o poměr celkového množství diváků v dané věkové kategorii, ne pouze těch, kteří v danou chvíli sledovali pořad. Hodnoty jednotlivých let jsou průměrem z údajů rating (%) za každý 5. díl (včetně Zlaté Medúzy) za každý jednotlivý rok.



### 5.2.3 Závěry

Z výzkumu vyplývá, že v letech 1997 až 2009 byli diváci do 15 let ve výrazné většině, přičemž se poměr obou skupin střídavě měnil. Výrazný rozdíl v nárůstu „dospělých“ diváků je patrný v roce 2010, kdy tito dokonce převážili nad mladšími diváky. V roce 2011 pak byla skupina 4 – 14 v minimálním zastoupení, oproti předešlým letem. V roce 2012 se poměr vyrovnal téměř rovnoměrně, tedy v poměru 5:4 s většinou na straně mladších diváků.

Proměny v souvislosti se změnami v pořadu jsou výrazné, především ale v posledních letech vysílání. S nástupem Kláry Vytiskové na moderátorský post v roce 2010 se skladba publika změnila výrazně, stejně jako skladba pořadu. V posledním roce se pak opět údaje proměnili, se spojením pořadů Music Blok a Medúza do jednoho a sjednocením moderátorů.

Hypoteticky také můžeme mluvit o roku 2000, kdy vyvrcholila převaha dětských diváků. V tomto roce získala Medúza ocenění na festivalu dětských filmů v Ostrově. V roce 2000 prošla Medúza také proměnou dekorací. Tyto okolnosti mohly společně zvýšit oblibu u dětí, rozdíl však není tak viditelný, aby toto tvrzení bylo stoprocentní. Pro tato upřesnění bych doporučila podrobnější výzkum sledovanosti.

Pro ověření Markovy hypotézy, tedy zda byli častými diváky maminky se svými dětmi, by byl zapotřebí podrobnější výzkum, pravděpodobně by tyto informace byly dostupné z „deníčkových výzkumů“, které Česká televize kontinuálně provádí. (ceskatelevize.cz) Tvrzení, že diváci s Richardem a Alešem rostli, odrůstali a zároveň dorůstali další, mohu vzhledem k výsledkům analýzy potvrdit. V letech, kdy moderovala pořad tato dvojice, se poměr mezi věkovými kategoriemi nijak výrazně neměnil, což je v souladu s tímto tvrzením.

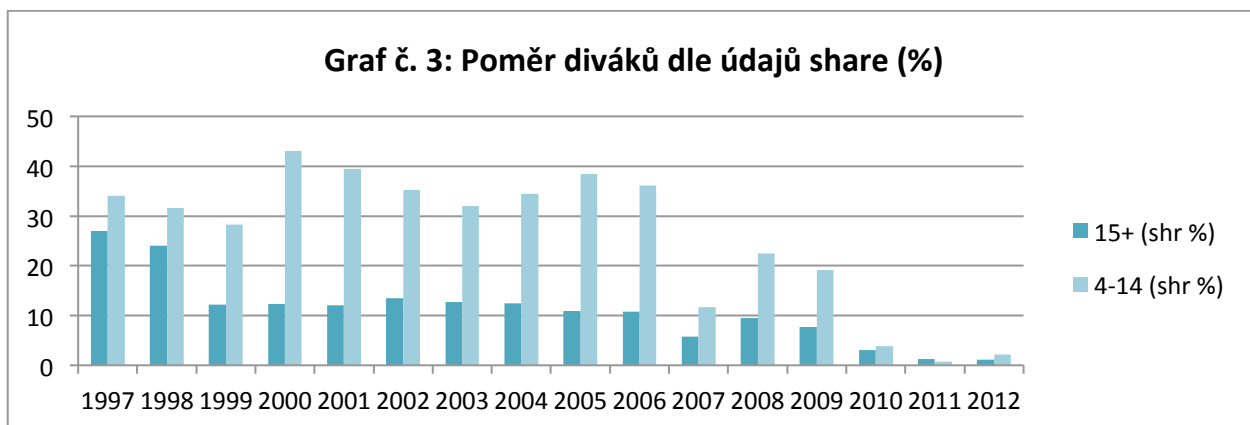
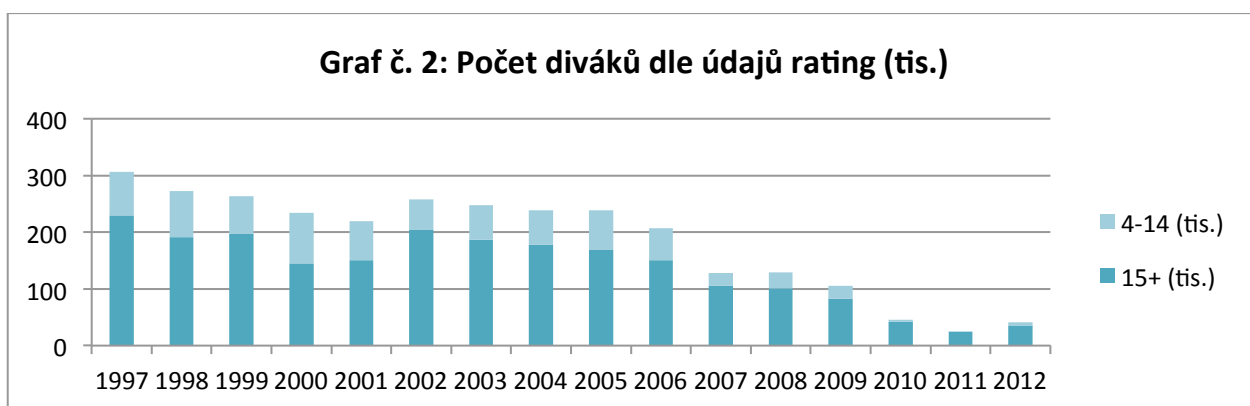
Alešova hypotéza je za podmínek tohoto výzkumu neověřitelná, vzhledem k věkovému rozdělení tazatelů. Pro výzkum této hypotézy bych potřebovala podrobnější informace o věku diváků. V tomto případě mohu jen potvrdit, že nenarůstal počet adolescentů a dospělých, tedy mohl stoupat počet pubescentů oproti dětem. Richardovu hypotézu pak mohu s jistotou vyvrátit, věk diváků prokazatelně stoupl až s příchodem nové moderátorky.

### **5.3 Vývoj sledovanosti v závislosti na proměnách pořadu a konkurence**

Úvodem si dovolím opět citovat: *„Sledovanost Medúzy byla dle mého v každé době přiměřená svému vysílacímu dni, času, konkurenci na straně jedné a aktuální situaci na hudební scéně na straně druhé. My jsme se vždycky snažili dělat vše poctivě, kvalitně a tak, aby nás to samotné bavilo. Změny přicházely intuitivně ve chvílích, kdy se věci omrzely, zevšedněly, staly se nudnými. Měnili se – dospívali – moderátoři a s nimi i jejich pořad.“* (Marek Dohnal)

Tímto výrokem Marek Dohnal vyvrátil a ujasnil všechny mé představy o tvorbě hudební hitparády. Nebudu tedy zkoumat proměny, které autoři iniciovali na základě poklesu sledovanosti, ale naopak proměny sledovanosti v souvislosti s předchozími změnami v pořadu. Pro přehlednost jsem pracovala s ročními průměrnými hodnotami, které jsou počítané ze všech dílů pořadu a zároveň křivku grafu nezkrusují výkyvy ve sledovanosti jednotlivých dílů.

Na následujícím grafu (č. 2) je vidět klesající tendence ve vývoji sledovanosti. Pokud ale počet diváků porovnáme s grafem č. 3, který závisí na konkurenci, v roce 2000 vidíme výrazný nárůst dětského diváctva. Tyto rozdíly jsou pochopitelné v kontextu dalších událostí. V roce 1999 a 2000 pořad a jeho moderátoři získali ocenění na dětském filmovém festivalu (viz kapitola 2), což mohlo zvýšit jeho oblibu u dětí. U celkové sledovanosti, kterou utváří především diváci ve věku 15-ti let a více, můžeme zaznamenat zvýšení sledovanosti v roce 2002, kdy získala skupina Kryštof cenu Anděl za objev roku (viz kapitola 4), což mohlo díky Richardovi také zvednout popularitu Medúzy u starších diváků. Od roku 2000 také Medúza získala jinou tvář s Hydroboudou a v roce 2001 přibily „šoubizlosti“, parodované zprávy ze života hvězd.



V roce 2007 je znatelný velký posun ve sledovanosti, na kterém je jasně vidět rozdíl mezi hodnotami v obou grafech. V první polovině roku 2007 byl pořad přesunut na ČT2, na ČT1 se však opět vrátil po prázdninách. Na grafu č. 2 lze sledovat, že počet diváků klesl a na svá původní čísla se již nevrátil ani po přesunu zpět na ČT1. Na rozdíl od tohoto jevu ale můžeme pozorovat na grafu č. 3, ve kterém je zohledněn počet diváků, sledujících ostatní stanice, kde

se procento po návratu na ČT1 opět výrazně zvedlo. Z těchto úkazů tedy vyplývá, že pořad pravděpodobně po výrazné změně výrazně přišel o mnoho stálých diváků, po návratu na ČT1 však stoupl procento ze sledovanosti všech kanálů, tedy v roce 2008 televizi celkově sledovalo menší množství diváků, proto se na grafu č. 3 procenta zvedla přibližně dvojnásobně, přestože počet diváků na tisíce byl téměř totožný. Tento jev můžeme přisuzovat nárůstu popularity internetu a naopak poklesu obliby televizního vysílání. „Započal doposud trvajícím proces, při kterém si všechna média stále více podmaňuje překotně se rozvíjející internet.“ (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 262)

V roce 2009 sledovanost opět klesla s odchodem Richarda a změnou designu. V roce 2010 je pak sledovanost oproti počátku mizivá, když se pořad opět přesune na ČT2, přichází nová moderátorka. Hitparáda se změnila na moderní pořad o hudbě, ve kterém jsou k vidění neokoukané hudební tváře, rozhovory a vystoupení. Zároveň ale končí etapa živého vysílání pořadu a od roku 2010 je na druhém programu záležitostí okrajového publika, téměř výhradně staršího 15-ti let. Sledovanost pak nezachrání ani experimenty se slučováním Medúzy a Musicbloku.

## **6. Obsah pořadu**

Obsah pořadu se odvíjel od změn formátu, koncového publika, tvůrčí skupiny a moderátorů. Obsah pořadu jsem rozdělila do několika menších okruhů, tedy na výběr a cenzuru videoklipů, analýzu hudebních žánrů, výběr hostů pořadu a vývoj způsobu hlasování, jenž zásadně ovlivňovalo samotný obsah pořadu. Celkový vývoj pořadu, tedy také obsahu je podrobně popsán v kapitole č. 4 o historii pořadu.

### **6.1. Výběr a cenzura hudebních videoklipů**

Výběr a cenzura hudebních videoklipů se proměňovala časem, znatelné byly dva hlavní zlomy. První nastal s příchodem dramaturga Marka Dohnala do Mini-maxi, který na tomto postu v Medúze pokračoval až do změny moderátorů. Po odchodu Richarda se rozhodl přijmout do pořadu novou krev, v podobě hudebního kritika a žurnalisty, do té doby tvořícího pro hudební televizi Óčko, Pavla Kučery. Ten se rozhodl pořad obrátit vzhůru nohama a tím byl vytvořen další milník v obsahu pořadu.

Medúza vznikla v porevoluční době, kdy se s hudebními pořady roztrhl pytel. Tento pořad byl však jedinečný svou grafickou podobou a interaktivitou. Zdrojem videoklipů byla hudební vydavatelství, ostatně jako po celou dobu vysílání. První dramaturgyní se stala autorka Medúzy Kateřina Ondřejková. Vybírala tedy videoklipy z nabídky vydavatelů, podle jejích slov se jí nikdo při výběru ovlivnit nesnažil a nabídka byla větší, než potřeba pořadu, vybírala tedy podle vlastního uvážení. V této době je znát rozpuk českých poprockových kapel, kterým se v 90. letech u nás velmi dařilo. S cenzurou si Kateřina Ondřejková nedělala takové starosti, jako další dramaturg. Ač se snažila držet v rámci kodexu ČT a Zákonu o televizním a rozhlasovém vysílání, do hitparády, kterou v letech 1993 – 1995 moderovala třináctiletá Lucie Vondráčková (čemuž odpovídal věk diváků, viz kapitola 4), se dostaly písně jako Alkohol od skupiny Alkehol. Pořad obsahoval 9 videoklipů, z nichž diváci prostřednictvím telefonické soutěže 5 poslali do dalšího kola. Zbývající 4 videoklipy byly vyměněny za nové.

S příchodem Marka Dohnala dostal pořad Mini-maxi a tak i Medúza větší řád, videoklipy nasazoval systematicky tak, aby byly zastoupeny různé žánry a pořad byl vyvážený, jejich počet se zvýšil na 10. Nad nasazováním videoklipů nevhodných pro děti prý nemusel příliš přemýšlet, vlastní úsudek působil autocenzurně. V době, kdy Marek začínal jako dramaturg, již TV Nova vysílala hitparádu Eso. Nahrávacím společností tedy tolik nevadilo, když odmítal některé jejich „hity“. Sám dramaturg pak konkurenční pořad nebral jako velkou hrozbu, vzhledem k odlišným cílům (v případě komerční televize byla jasným cílem vysoká sledovanost) cítil větší svobodu v nasazování videoklipů (přestože v prvním roce vysílání byla Medúza vysílána ve stejném čase). Například se absolutně vyhnul skupině Kelly Family, která v pořadu Eso vyhrávala po celou dekádu. Přesto se ale nedá říci, že by Medúza v době dramaturgie Marka Dohnala byla velmi alternativní (viz kapitola 6.2). Až s dalším vývojem pořadu, moderátorů, nástupem internetu a vysíláním televize Óčko, se dramaturgie mohla více zaměřit na některé okrajové kapely. Prostřednictvím tzv. tipu Medúzy mohli do nasazování videoklipů přímo zasahovat také moderátoři Aleš Juchelka a Richard Krajčo, kteří touto cestou promítali do hitparády svůj osobní vkus. Na divácích ale pak záleželo, zda se videoklip udrží. Videoklipy již nepostupovaly díky telefonické soutěži, ale záleželo na pořadí v průběžném hlasování. V pořadu se postupem času také začaly objevovat nesoutěžní videoklipy, zpravidla jako ilustrace interpretů, kteří byli hosty daného dílu nebo nadcházejících koncertů a aktualit ze světa hudby.

V roce 2010 se dramaturgie ujal Pavel Kučera, který k hitparádě přistupoval čistě profesionálně, čehož byl schopen vzhledem k předchozím zkušenostem a znalostem hudebního kritika. Jeho cílem byla osvěta v oblasti populární hudby a zvýšení počtu dospělých diváků pořadu. Nasazoval videoklipy alternativních interpretů a nová jména, zároveň se snažil zachytit skladby, které se zapisovaly do historie světového popu, aby bylo možné pořad s odstupem vnímat jako obraz dobové populární hudby. Místo předchozího tipu Medúzy vznikla rubrika tip hosta, tedy každý týden byl zařazen jeden videoklip na přání aktuálního hosta pořadu.

Oba dramaturgové pořadu se shodují v tvrzení, že na ně nahrávací společnosti vyvíjely mírný tlak při nasazování videoklipů (kterému ale úspěšně odolávali). O mnohem více se angažovali manažeři i samotné hvězdy, pokud chtěly být do hitparády zařazeny, Marek Dohnal i Pavel Kučera se podle jejich tvrzení nenechali zviklat a novinky nasazovali podle svého nejlepšího vědomí (Pavel Kučera například nikdy neobsadil do hitparády Lucii Vondráčkovou, která byla dříve pravidelným hostem pořadu, přestože ho údajně osobně přesvědčovala).

## **6.2 Četnost výskytu hudebních žánrů**

K analýze hudebních žánrů mě vedla teze, zmiňovaná již v předchozích kapitolách, tedy že hudební pořad může u publika jistým způsobem formovat osobnost, respektive ovlivňovat životní styl, prostřednictvím hudby, kterou divákovi předkládá. Rozhodla jsem se tedy analyzovat žánrovou skladbu pořadu, konkrétně četnost výskytu jednotlivých hudebních žánrů. A analyzovat, které žánry a životní styl hitparáda představovala.

### **6.2.1 Metodologie výzkumu**

Ve výzkumu jsem použila postupy obsahové analýzy, tedy kvantitativní metodu, kdy jsem statisticky zpracovala žánrovou skladbu hitparády. Další možností byla obrazová analýza, tedy zkoumat mediální sdělení jednotlivých videoklipů. Nebylo by ale v mých možnostech tuto analýzu provést v prokazatelném rozsahu, takový výzkum doporučuji jako předmět další práce.

Hitparádu vnímám v podstatě jako hudební zpravodajství, tak jsem tedy přistupovala i k výzkumu, jehož záměrem bylo analyzovat „*soustavu témat, která se dostávají do obsahů*“



*médií“* (Tampota, Vojtěchovská, 2010, s. 100), v tomto případě jsou tématy hudební žánry, které se dostávají do obsahů médií v takové podobě, která k jejich sledování přivádí děti a dospívající, kteří v tomto věku podléhají hodnocení vrstevníků a hledají nové autority. (Scheerová, 2010)

Naskýtal se dvě možnosti, jak k výzkumu přistupovat. Jedním způsobem by bylo zařazovat každý videoklip do určitého žánru, nehledě na to, jakému žánru se převážně věnuje interpret konkrétní skladby. Tato metoda má dvě úskalí. Zaprvé i bez analýzy víme, že se pořad věnoval populární hudbě, tedy i jednotlivé písně byly vybírány tak, aby zapadly do populárního žebříčku, přestože samotný žánr hudební skupiny by mnohdy publikum nezaujal. Druhou nevýhodou této metody je také ovlivnitelnost úsudkem výzkumníka. Pro objektivní zařazení do žánrové oblasti by bylo potřeba více názorů, případně objektivního zdroje. Tento postup však není v mých možnostech, proto jsem si vybrala následující způsob.

Druhá možnost je v rámci možností výrazně objektivnější a ukazuje, k jakým žánrům může hudební pořad posluchače dovést. Prostředkem výzkumu bylo vyhledat u všech autorů vystupujících v hitparádě hudební žánr, kterému se ve své tvorbě převážně věnují. Vzhledem k diskutabilitě zařazení některých žánrů jsem se snažila vyhledávat z více zdrojů, vždy však v online prostředí (viz internetové zdroje). Vzhledem k danému období, množství interpretů a časovým možnostem se tento způsob ukázal jako nejlepší.

### **6.2.2 Sběr dat**

Na základě sledování jednotlivých dílů pořadu Medúza a Mini-maxi (viz historie pořadu) a z dramaturgických listů jsem vytvořila tabulku interpretů jednotlivých písní zařazených do žebříčku (do výzkumu jsem nezařadila písně vysílané jako hudební tipy hostů apod.), ať už v konkrétním díle zazněl celý videoklip nebo ne. U každého interpreta jsem zpětně vyhledala žánr, ke kterému se řadil a zemi původu formace. K jednotlivým žánrům a státům jsem přiřadila kód (viz příloha č. 3), dle kterých jsem zařadila interprety do žánrových skupin (viz příloha č. 4).

### **6.2.3 Formulace hypotéz**

Cílem výzkumu je ověřit hypotézu, že se žánrová skladba hitparády měnila v závislosti na proměnách tvůrčího týmu, konkrétně (dle sledování pořadu) s nástupem Pavla Kučery a Kláry Vytiskové. Další je předpoklad, že se do výsledků promítnou fenomény populární hudby, tedy oblíbenost, kopírování a následný zánik jednotlivých žánrů a jejich modifikací.

#### **6.2.4 Výběr vzorku dat**

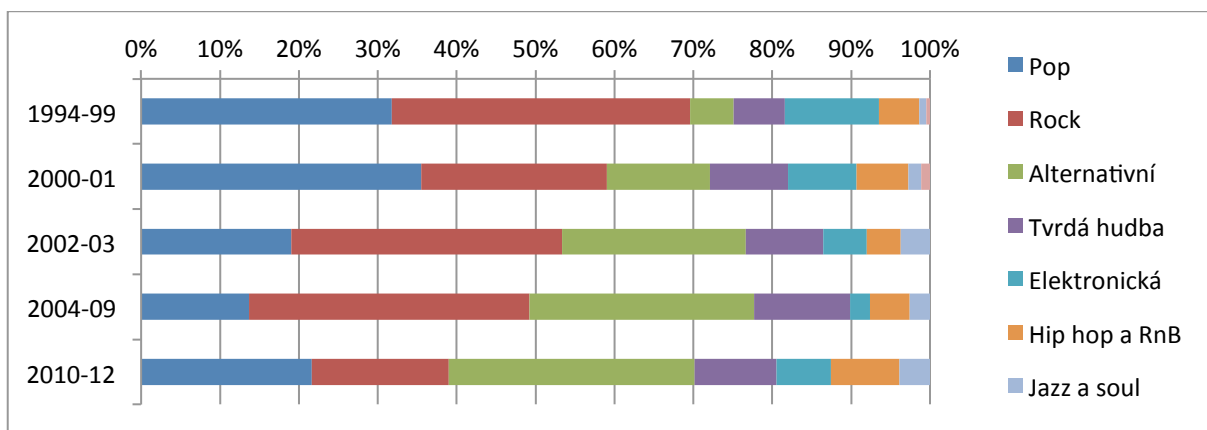
Předmětem analýzy jsou všechny hudební skladby zařazené do hitparády každého pátého dílu pořadu Medúza. Každý pátý díl pořadu nemá přesnou pravidelnost. Ve většině let jde o každý pátý díl, počínajíc číslem 1, výběr ale ovlivnila nutná digitalizace, která u všech těchto dílů nebyla možná. V některých letech jsem tedy měla možnost analyzovat každý pátý díl, ovšem v jiných letech (především u nejstarších dílů) jsem byla omezena nedostupností potřebných informací. Tento nesoulad jsem vyřešila analýzou větších úseků, tedy jednotlivé body výzkumu jsou vždy souhrnem několika let, přičemž jsem se snažila o rovnoměrný počet epizod v každém období, z čehož ovšem vyplývá nerovnoměrné časové rozdělení. Předpokládané hlavní milníky žánrové skladby jsou však zachovány. Konkrétně jsem tedy analyzovala 22 dílů pořadu z období 1994 – 1999, dále 18 dílů pořadu z období 2000 – 2001, 16 dílů z období 2002 – 2003, 19 dílů z období 2004 – 2009 a posledních 21 dílů z období 2010 – 2012.

#### **6.2.5 Kódování hudebních žánrů**

Hudební žánry, vyskytující se v analýze, jsem zjišťovala až v průběhu výzkumu. Na počátku jsem kódovala pop, rock, punkrock, jazz, folk a metal. Toto pořadí jsem určila bez jakéhokoli řádu, vzhledem k předpokladu dalšího rozšíření kódů. V průběhu analýzy vzniklo dalších 20 žánrů, tedy dohromady 26 kódů (viz příloha č. 3). Pro potřebu další analýzy jsem tyto žánry zařadila do širších skupin, aby mělo jejich zastoupení výpovědní hodnotu. Při slučování kódů jsem postupovala čistě dle vlastního uvážení (viz kapitola 2), na základě podobnosti žánrů, k čemuž je třeba při interpretaci výsledků přihlížet. Výsledky, které tak vznikly, jsou platné pro ověření hypotéz tohoto konkrétního výzkumu, nelze je však aplikovat všeobecně, bez přihlídnutí ke kontextu práce. Zastoupení kódů ve skupinách je interpretováno v kapitole 2 a dokumentováno přílohou č. 4.

#### **6.2.6 Závěry analýzy**

Pro zobrazení výsledků jsem si vybrala graf, který interpretuje procentuální zastoupení žánrů, vzhledem k různosti počtu skladeb v jednotlivých obdobích.



První hypotéza je tímto výzkumem potvrzena. Po celou dobu mělo zastoupení žánrů plynule se měnící charakter, s výkyvy v některých obdobích, což přičítám plynulému vývoji populární hudby (viz závěr druhé hypotézy níže), od roku 2010 však můžeme sledovat vyrovnanější zastoupení jednotlivých žánrů, což dokládá snahu Pavla Kučery o objektivní přístup k hitparádě a jeho snahu informovat o veškerém dění v hudbě. Změna také koresponduje s proměnou cílového diváka (viz kapitola č. 5). Zůstává zde možnost, že žánrová skladba v letech 2010 – 2012 byla přirozeným vyústěním vzhledem k proměnám v populární hudbě a proměna dramaturga ji nemohla ovlivnit. Dovoluji si však tvrdit, že vzhledem ke kontextu s ostatními informacemi, které jsem získala prostřednictvím rozhovorů s tvůrci a při sledování pořadu, mohu tuto možnost vyvrátit. Pro důsledné potvrzení hypotézy by bylo zapotřebí hlubší analýzy. Vzhledem k tomu, že pořad s novým dramaturgem fungoval pouze tři roky, nelze s jistotou tvrdit, že by se dále nevyvíjel jinak.

Druhá hypotéza předpokládala plynulou proměnu žebříčku, na základě žánrových „vln“, které prošly populární hudbou. Změny jsem zaregistrovala také při kvalitativní části výzkumu, tedy při klasifikaci jednotlivých skladeb. V devadesátých letech a po roce 2000 je oproti dalším letem patrné výrazné zastoupení elektronické hudby, které zapříčinil žánr „dance“, tedy taneční hudba všeho druhu, která měla povětšinou čistě elektronický, někdy částečně instrumentální charakter. Popularita elektronické hudby postupně odeznívala, zpátky na výraznější pozici ji přivedl až rok 2010, samozřejmě již v úplně jiné podobě. Z menšinových žánrů je nejvýraznější tzv. tvrdá hudba, která má velké zastoupení ve všech letech téměř

rovnoměrné, kdy svého vrcholu dosáhla v letech 2004 – 2009. Spolu s alternativní hudbou tak tvoří jakýsi stabilní přechod mezi „většinovou“ a „okrajovou“ hudbou. Skupina alternativní hudba je hodna samostatné analýzy, nicméně pro daný výzkum je zásadní i v této podobě. Na jejím příkladu vidíme opravdu silný vzestup žánru, který zapříčinil především alternativní (později také „indie“) rock, jehož zpupnost nezastavil ani Pavel Kučera. Úspěch alternativní hudby jako takové je dle mého názoru způsoben všudypřítomnou snahou odlišit se od hlavního proudu, která vyústila v oblibu pojmenovávat hudební žánry dle jemných nuancí, ve kterých se mnohdy ani sami hudebníci jen s problémy orientují (více viz kapitola 2).

Hlavní žánry, tedy pop a rock se po celou dobu střídají ve vedení hitparády, nicméně jejich pevný post ohrožuje alternativní hudba, která v posledních letech dokonce převáží s nejvyšším počtem obsazených skladeb. Popularita „pop music“ je logická již z názvu, popularita rocku a především poprocku je dle mého názoru dána odvěkou oblibou v rebelství, zapříčiněnou vůní zakázaného ovoce, kterým tato hudba v minulém režimu naší země zčásti byla.

### **6.3. Výběr hostů pořadu**

V počátcích pořadu, tedy letech 1992 – 1993 byla Medúza pouze hudebním automatem bez hostů a moderátorů (viz kapitola 4). Později byla součástí dětského magazínu, v roce 1997 se osamostatnila a v roce 2010 prošla částečnou proměnou tvůrčího týmu. Podle těchto aspektů jsem kapitolu rozdělila a popsala různé postupy výběru hostů, které se lišily s dobou, změnou formátu, nebo zmíněnou proměnou tvůrců.

#### **6.3.1 Mini-maxi**

V dobách, kdy byla Medúza součástí dětského pořadu Mini-maxi, neměla samotná hitparáda moderátory ani hosty. Nicméně většina diváků se koukala na celý pořad, jehož součástí byly četné rozhovory s osobnostmi z různých oblastí, převážně populárními herci a zpěváky, zároveň ale se sportovci, vědci, spisovateli nebo nadanými dětmi. Rozhovory byly postavené tak, aby byly zajímavé a poučné hlavně pro děti, které pořad primárně sledovaly.

V letech 1994 - 1995, kdy pořad uváděla dětská zpěvačka Lucie Vondráčková, byly součástí pořadu rozhovory, které měly publikum vzdělávat, stejně jako otázky pro populární hvězdy "bulvárního" charakteru. V roce 1995, kdy odešla z moderátorské dvojice Lucie a změnil se koncept pořadu, byla hostem vždy jedna populární osobnost. Ta byla přítomna v celém vysílání, rozhovor tedy navazoval na obsah a host byl většinou zapojen do hry.

### **6.3.2 Medúza**

Od roku 1997 se dá hovořit o Medúze jako samostatném celku, který se již věnuje výhradně hudbě. V prvních letech zůstalo zachováno schéma písničkového automatu, nyní ovšem s moderátory. Součástí pořadu se také stali hosté, ať už ve formě krátkého pozdravu, medailonku nebo rozhovoru. Tyto části pořadu byly předtočené. Postupem času začali hosté vystupovat ve studiu, v posledních dvou letech se pak vystoupení interpreta stalo pravidlem.

Rozhovory se věnovali vždy hudbě, moderátoři se snažili klást aktuální otázky a zjistit především zajímavosti z tvorby daného interpreta, přičemž si s hostů často snažili udělat legraci, vést rozhovory v odlehčené rovině. Moderátoři se snaží o objektivitu, někdy se jim ovšem podaří hosta nebo jeho fanoušky urazit, několikrát (jak sami připouští) oprávněně.

Hosty vybíral dramaturg dle nabídky nahrávacích společností, které produkovaly také videoklipy. V počátcích výběr nebyl pestrý a dramaturg se musel víceméně smířit s těmi interprety, kteří chtěli přijít. S narůstající popularitou pořadu se pak sami interpreti chtěli prostřednictvím pořadu zviditelnit a vznikalo více hudebních nahrávek, byl tedy celkově větší výběr a volnost v rozhodování. Konkurenční pořady a hudební televize pak usnadnili autorům odmítání propíraných hvězd tím, že již byly na jiném programu. (Marek Dohnal a Aleš Juchelka) Součástí pořadu zůstávaly také pozdravy od interpretů.

S rozšířením internetu a volného přístupu k hudbě se dramaturgický přístup změnil, přehrávání videoklipů již nebylo tak jedinečné, proto se dramaturg snažil odlišit větším prostorem pro hudební hosty. Rozhovory se předtáčely, aby se v tříminutové stopáži dostalo k divákovi to nejzajímavější, většina pořadu byla ale vysílána stále živě. V průběhu dalších let se prostor pro hosty zvětšoval, častěji také vystupovali přímo ve studiu.

### **6.3.3 Medúza s Klárou Vytiskovou**

S nástupem moderátorky Kláry Vytiskové a změny scénáristy se začala Medúza ubírat jiným směrem a přetvořila se spíše v moderní magazín o hudbě. Pro potřeby tohoto formátu a nové moderátorky se začala Medúza předtáčet celá, odpadla tedy jedinečná telefonická soutěž, pravidelnou součástí pořadu se místo toho stalo vystoupení hosta nahrané „živě“ ve studiu, což doposud v pořadu nebylo možné. Většinou byl hostem jeden interpret a rozhovor rozdělen do několika vstupů, mezi pravidelné rubriky a přehrávání videoklipů. Součástí pořadu se stal také tip hosta, kdy každý host nominoval jednu novinku do hitparády.

#### **6.4. Způsob hlasování diváků**

Hlasování se vyvíjelo přirozeně se změnami využívání různých médií. V prvních dílech se hlasování rovnalo telefonické soutěži o desku a k postupu interpreta tedy stačil jeden telefonát, setrvání interpreta bylo tedy z velké části dílem náhody. Když se Medúza osamostatnila, začalo fungovat hlasování prostřednictvím korespondenčních lístků, z nichž byli losováni také výherci ostatních soutěží. Před rokem 2000 přibyla pro tyto účely také e-mailová schránka. Když už korespondenční lístky posílalo posledních několik diváků, bylo poštovní hlasování zastaveno. S rozšířením internetu byla zřízena webová adresa pořadu, na které probíhalo hlasování, soutěže a novinky, podle principu tzv. transmediálního vyprávění. S koncem živého vysílání odpadly telefony úplně a veškerá interakce s divákem probíhala již pouze pomocí internetu.

##### **6.4.1 Ovlivnitelnost hlasování**

Hlasování bylo ovlivnitelné zpočátku opakovaným voláním některých soutěžících, kteří vyzorovali čas, v kterém se již bylo možné do studia dovolat. Později si někteří interpreti zasílali sami hlasy, případně mobilizovali své fancluby. Také někteří fanoušci byli iniciátory hlasování svého okolí pro určitého interpreta. Na druhou stranu je logické, že pro interpreta hlasují jeho fanoušci, pokud se do takovéto hitparády dostane. Ne všichni fanoušci, kteří hlasují, jsou však pravidelnými diváky hitparády, proto ve výsledku dochází ke zkreslení hlasování, kdy nemůžeme předpokládat, že na základě výsledků hlasování zjistíme vkus stálého diváka. Pokud autoři pořadu měli důvodné podezření z podvodu, diskvalifikovali onoho autora, většinou však nějakou smířlivou formou, vzhledem k nedostatku důkazů.

## Závěr

Cílem mé práce bylo prostřednictvím analýzy hudebního pořadu poukázat na vliv, který mohou mít hudební pořady na život dětí a dospívajících. Závěrem si dovoluji konstatovat, že tato teze, s ohledem na všechny okolnosti zmíněné již v úvodu, nabývá s mou prací na platnosti, k čemuž jsem dospěla na základě studia odborné literatury. Hlavní myšlenky potvrzující mou hypotézu jsem shrnula v druhé kapitole, celá práce pak dokládá snahu několika tvůrců o poctivý přístup k tvorbě pro mládež, kterým se snažili v prostředí veřejnoprávní televize formovat osobnosti objektivně a kvalitně. Nejsem hodna posoudit, zda se jim to skutečně dařilo, snaha o kvalitu a poctivost však byly nepopíratelné.

Česká televize, v době kdy měla tak silné postavení, se snažila zajistit divákům multižánrovost prostřednictvím rozmanitých hudebních pořadů. Bohužel, s rozvojem internetu se vše změnilo a dnes již Česká televize hudební tvorbu pro mládež téměř vynechala. Naděje svítá s již zavedenými kanály ČT:D a ČT Art, otázkou však je, zda v dnešní krizi hudebního průmyslu ještě je koho zaujmout.

Rozsah práce mi nedovolil, zabývat se všemi problémy dostatečně detailně, doporučuji tedy dalším kolegům rozebrat jednotlivé aspekty hudební populární tvorby pro mládež tak, jak by si to daná témata zasloužila. Při dalším studiu se jimi sama hodlám nadále zabývat.

## Summary

The aim of my work was to analyze a musical program to highlight the impact that can have music programs on the lives of children and adolescents. Finally, I would like to say that this proposition with regard to all the circumstances mentioned in the introduction, comes to my work on the validity, for which I have come to the study of scientific literature. The main idea of confirming my hypothesis, I summarized in chapter two, then all the work illustrates the efforts of several artists on an honest approach to the formation of youth who tried to shape the environment, public television personality objectively and efficiently. I am not worthy to consider whether they really succeeded, the pursuit of quality and honesty, however, were undeniable.

Czech Television, at the time when it had a strong position to seek to ensure the audience through a variety of multi-genre music programs. However, with the development of the Internet, everything changed, and nowadays Czech Television musical creation for young people almost missed. Hope dawns with established channels ČT: D and Television Art, but the question is whether today's crisis in the music industry who else is interested.

Scope of work would not let deal with all the problems in sufficient detail, I suggest, therefore, other colleagues to analyze the individual aspects of the popular musical creation for youth, so how could these topics deserve it. Upon further study them alone I intend to continue to address.



## Použitá literatura

KOLÁŘOVÁ, Marta a Anna ORAVCOVÁ. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, 264 s., [8] s. obr. příl. Knižnice Sociologické aktuality, sv. 24. ISBN 978-80-7330-194-1.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 8071786977.

518,, Vladimír a Karel VESELÝ. *Kmeny: [současné městské subkultury]*. 1. vyd. V Praze: Bigg Boss & Yinachi, 2011, 517 s. ISBN 978-80-903973-2-3.

SAK, Petr. *Proměny české mládeže: česká mládež v pohledu sociologických výzkumů*. Vyd. 1. Praha: Petrklíč, 2000, 291 s. ISBN 80-7229-042-8.

VARGOVÁ, Renata a kol. *Děti a jejich problémy III*. Vyd. 1. Praha: Sdružení Linka bezpečí, 2010, 142 s. ISBN 978-80-254-6840-1.

PILKA, Jiří. *Hudba v televizi*. Rukopis. Praha : Studijní odbor Československé televize, 1967, 88 s.

BYSTRICKÝ, Jiří. *Média, komunikace a kultura: texty k problematice kulturních technik I*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008, 94 s. ISBN 978-80-7380-117-5.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010, 204 s. ISBN 978-80-204-2206-4.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 310 s., xxxii s. obr. příl. ISBN 978-80-7367-698-8.

BOURDIEU, Pierre. *O televizi*. V nakl. Doplněk 1. vyd. Brno: Doplněk, 2002, 104 s. Edice světových autorů (Doplněk). ISBN 80-7239-122-4.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000, 374 s. ISBN 80-246-0139-7.

HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. V Praze: Dauphin, 2012, 239 s. ISBN 978-80-7272-197-9.

ZIEGLER, Robert a kol. *Hudba: kompletní obrazové dějiny*. Vyd. 1. Překlad Wanda Dobrovská. Praha: Knižní klub, 2014, 400 s. ISBN 978-80-242-4652-9.

## Internetové zdroje

*Wikipedia* [ online ]. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

*Československá filmová databáze* [ online ]. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.csfd.cz](http://www.csfd.cz)

*Bandzone* [ online ]. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.bandzone.cz](http://www.bandzone.cz)

*Youtube* [ online ]. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

*Filmová databáze*. [ online ]. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.fdb.cz](http://www.fdb.cz)

*Česká televize*. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz)

*Óčko*. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.ocko.tv](http://www.ocko.tv)

*TV Nova*. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.tv.nova.cz](http://www.tv.nova.cz)

*TV Prima*. [vid. 11.5.2015]. Dostupné z: [www.iprima.cz](http://www.iprima.cz)

1 - KOVÁČOVÁ, Iveta. *Česká televize* [ online ]. Citováno dne 2. 5. 2015. Dostupné z [www: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1130465570-petka-v-pomeranci/?loadpage=zeller](http://www.ceskatelevize.cz/porady/1130465570-petka-v-pomeranci/?loadpage=zeller)

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** Údaje o sledovanosti – roční průměr

**Příloha č. 2:** Tabulka hodnot za každý 5. díl

**Příloha č. 3:** Kódovací arch

**Příloha č. 4:** Tabulka žánrových skupin

**Příloha č. 5:** Tabulka – zástupci žánrů v jednotlivých obdobích

## Přílohy

Příloha č. 1: Údaje o sledovanosti – roční průměr

Rok	15+ (rat. %)	4-14 (rat. %)	15+ (rat. tis.)	4-14 (rat. tis.)	15+ (shr %)	4-14 (shr %)
1997	2,7	5,8	230	76	26,98	34,05
1998	2,2	6,0	191	81	23,99	31,57
1999	2,3	4,6	197	66	12,22	28,27
2000	1,7	6,2	145	89	12,26	43,02
2001	1,8	4,9	150	69	12,06	39,51
2002	2,4	3,9	205	53	13,44	35,25
2003	2,2	4,8	187	61	12,69	32,02
2004	2,1	5,0	178	61	12,46	34,38
2005	2,0	6,0	169	70	10,92	38,40
2006	1,8	5,0	150	57	10,72	36,15
2007	1,3	2,1	105	23	5,70	11,66
2008	1,2	2,6	101	28	9,45	22,51
2009	0,9	2,1	83	22	7,73	19,09
2010	0,5	0,4	42	4	3,12	3,80
2011	0,3	0,1	24	1	1,21	0,76
2012	0,4	0,5	35	6	1,15	2,18

**Příloha č. 2: Tabulka hodnot za každý 5. díl**

Datum	Rat (%) 15+	Rat (tis.) 15+	Shr (%) 15+	Rat (%) 4-14	Rat (tis.) 4-14	Shr (%) 4-14
23.08.1997	1,5	130	25,71	2,2	29	27,12
27.09.1997	2,6	222	26,77	5,4	71	34,82
01.11.1997	3	263	30,79	8,7	114	50,2
06.12.1997	2,9	255	29,31	8,2	108	42,92
07.02.1998	3,3	286	29,68	9,7	132	34,03
14.03.1998	2	174	21,61	6,5	89	27,1
18.04.1998	2,7	233	30,6	8,3	113	29,56
23.05.1998	1,8	153	20,39	3,5	48	25,71
27.06.1998	2,1	181	29,47	3,5	47	25,14
01.08.1998	1	90	22,2	3,6	49	21,55
05.09.1998	2,2	192	28,66	9,6	131	59,05
10.10.1998	2,9	248	32,61	13,5	183	78,09
14.11.1998	1,9	167	21,58	7,5	103	36,78
19.12.1998	3,1	265	25,8	10,7	145	65,34
09.02.1999	3,4	289	13,24	7,1	102	31,27
16.03.1999	3,5	296	16,87	5,6	80	33,22
20.04.1999	1,4	118	7,3	2,2	31	20,28
25.05.1999	2,8	239	23,35	3,5	50	54,01
29.06.1999	2	168	18,45	3,9	56	47,25
02.09.1999	2,5	207	15,05	5,9	84	30,28
07.10.1999	1,5	125	11,01	6,1	87	35,01
18.11.1999	2,3	196	13,33	6,7	96	38,37
23.12.1999	2	170	17,01	3,7	53	28,57
09.02.2000	1,6	130	8,7	8	113	45,03
15.03.2000	1,6	132	10,35	7	99	41,13
26.04.2000	0,8	68	8,77	2,6	37	42,02
31.05.2000	2,1	174	16,12	6,2	88	41,41
06.09.2000	1,2	105	12,72	4,6	66	45,23
11.10.2000	1,2	103	11,04	6,8	98	42,45
15.11.2000	1,7	146	11,63	6,3	89	35,59
07.02.2001	1,4	114	9,11	5,7	82	35,82
14.03.2001	1,6	137	10,31	7,6	108	44,84
18.04.2001	1,5	124	9,78	3,2	46	45,77
23.05.2001	0,5	44	5,58	3	42	38,69
27.06.2001	1	82	11,21	1,1	15	18,06
05.09.2001	2,7	225	14,72	4,9	70	47,71
17.10.2001	1,9	157	12,8	5,4	77	52,06
21.11.2001	3,6	306	20,89	6,5	93	41,15
06.02.2002	2,4	208	13,96	2,6	34	22,33
13.03.2002	1,1	92	8,25	0,9	11	8,48
17.04.2002	1,6	139	11,5	1,8	23	18,43
05.06.2002	1,8	151	11,03	3,5	44	37,32
04.09.2002	1,7	143	10,57	3,3	42	34,74
09.10.2002	2,2	188	11,79	2,6	33	17,11
13.11.2002	3,4	286	15,5	5,8	74	33,66
12.02.2003	2,4	206	12,22	5,1	65	25,13
19.03.2003	2	166	12,18	3,3	42	26,77
23.04.2003	2,2	188	13,75	4,9	63	50,19
28.05.2003	1,5	125	10,75	2,4	30	23,26
03.09.2003	1,9	161	12,81	3,4	43	19,17
08.10.2003	1,9	160	12,63	5,9	75	35,83
12.11.2003	2,4	207	12,96	5,4	69	34,98
17.12.2003	2,2	186	12,69	5,2	67	34,01
11.02.2004	2,5	216	12,76	6,4	77	36,85
17.03.2004	1,8	157	12,39	2	24	23,7
21.04.2004	1,1	91	9,04	2,2	27	34,24
09.06.2004	1,8	151	12,79	3,5	42	27,4
01.09.2004	1,5	126	10,68	1,2	15	11,64
06.10.2004	2,4	204	19,82	6	73	44,76
10.11.2004	2,7	231	14,28	8,4	101	57,95
22.12.2004	2,3	195	12,14	5,5	67	29,65
09.02.2005	3,8	325	16,78	10,6	124	47,4
16.03.2005	2,5	214	13,92	7,6	89	51,98
20.04.2005	1,6	137	8,1	6,1	71	39,42
25.05.2005	1,2	103	9,9	3,7	43	44,39
29.06.2005	1,2	105	9,88	3,8	44	33,38
07.09.2005	1,2	103	9,32	2,5	29	26,41
12.10.2005	1	86	6,53	3,1	36	25,99

16.11.2005	2,1	176	9,88	6	70	33,56
21.12.2005	1,9	160	10,03	7	82	37,9
09.02.2006	2,2	188	9,79	7,2	82	38,81
16.03.2006	2,1	179	10,48	7,4	83	42,15
20.04.2006	1,2	100	9,31	2,6	29	32,37
25.05.2006	1,4	122	10	6,6	75	48,29
29.06.2006	0,9	79	9,2	3,1	36	32,52
07.09.2006	1,3	107	14,29	4,6	52	49,75
12.10.2006	1,4	117	13,83	2,8	32	30,29
16.11.2006	1,6	137	11,7	5,9	67	39,8
21.12.2006	2,3	194	13,96	7,9	90	41,37
08.02.2007	1,3	108	3,66	1,2	13	4,14
17.05.2007	0,6	53	2,29	0,8	8	3,52
21.06.2007	0,8	68	2,9	0,7	8	3,3
06.09.2007	1,6	138	8,27	3	33	24,39
11.10.2007	1,3	110	10,48	2,9	32	33,7
15.11.2007	2	168	11,24	2,7	30	20,79
20.12.2007	2	170	11,2	5,1	56	29,7
07.02.2008	1,1	94	7,77	2,2	23	17,49
13.03.2008	1,7	146	12,49	4,1	43	37,23
17.04.2008	1	83	7,69	3,2	34	24,82
22.05.2008	1,2	105	9,33	2,7	29	22,49
26.06.2008	0,9	79	9,21	1,3	14	14,91
04.09.2008	0,9	77	9,26	2,9	30	28,28
09.10.2008	0,7	59	6,63	2,2	24	23,09
13.11.2008	1,2	100	9,18	2,5	26	19,71
18.12.2008	1	83	7,49	3,1	33	25,83
12.02.2009	1	91	7,83	2	21	16,38
19.03.2009	1	92	7,8	2	21	17,59
23.04.2009	0,8	72	6,91	1,5	16	14,05
28.05.2009	1,4	120	9,92	3	31	25,3
03.09.2009	0,8	70	7,86	0,9	10	10,77
08.10.2009	0,6	52	5,72	1,4	14	14,43
12.11.2009	0,9	75	7,02	0,9	9	7,87
17.12.2009	0,9	79	7,51	1,8	18	15,12
06.02.2010	0,9	78	4,79	0,2	2	1,3
13.03.2010	0,8	68	3,66	0,6	6	5,47
24.04.2010	0,5	43	4,65	0,4	4	4,88
29.05.2010	0,4	37	3,27	0,5	5	6,29
03.07.2010	0,5	41	4,22	0,2	2	3,51
04.09.2010	0,2	20	1,81	0,6	6	4,82
16.10.2010	0,3	22	1,6	0,3	3	2,46
20.11.2010	0,4	35	2,56	0,6	6	4,04
17.03.2011	0,2	18	0,58	0	0	0,03
26.05.2011	0,1	13	0,52	0	0	0,03
10.09.2011	0,2	16	1,35	0,2	2	1,76
15.10.2011	0,2	20	1,61	0	0	0,08
19.11.2011	0,3	30	1,99	0	0	0,32
31.12.2011	0,8	73	3,57	0,5	5	2,64
11.02.2012	0,4	32	0,88	0,7	7	2,21
17.03.2012	0,4	38	1,17	0,2	3	0,73
21.04.2012	0,3	28	1,04	0,3	3	1,22
26.05.2012	0,2	20	0,98	0,8	8	4,56
30.06.2012	0,3	22	1,24	0,1	1	1,4
08.09.2012	0,2	16	0,73	0,2	2	1,18
20.10.2012	0,5	44	1,47	1,1	12	4
24.11.2012	0,5	44	1,37	0,5	6	2,29
29.12.2012	0,6	56	1,54	0,7	7	2,54

**Příloha č. 3: Kódovací arch**

<b>Žánr</b>	<b>Číslo</b>
pop	1
rock	2
punkrock	3
jazz	4
folk	5
metal	6
folk rock	7
pop rock	8
alternative rock	9
house	10
elektro	11
indie rock	12
electronic pop	13
alternative folk	14
RnB	15
dance	16
country pop	17
hip hop	18
tradiční	19
hardrock	20
funky	21
soul	22
rapcore	23
klasika	24
alternative hiphop	25
punk	26

**Příloha č. 4: Tabulka žánrových skupin**

<b>Žánr</b>	<b>Podžánry</b>
Pop	1+5+17
Rock	8+2+7
Alternativní	9+12+14+25
Tvrdá hudba	3+6+20+26
Elektronická	10+11+13+16
Hip hop a RaB	15+18+23
Jazz a soul	22+21+4
Ostatní	19+24

**Příloha č. 5:** Tabulka – zástupci žánrů jednotlivých období

<b>Žánr</b>	<b>1994-99</b>	<b>2000-01</b>	<b>2002-03</b>	<b>2004-09</b>	<b>2010-12</b>
Pop	69	65	31	27	50
Rock	82	43	56	70	40
Alternativní	12	24	38	56	72
Tvrdá hudba	14	18	16	24	24
Elektronická	26	16	9	5	16
Hip hop a RnB	11	12	7	10	20
Jazz a soul	2	3	6	5	9
Ostatní	1	2	0	0	0
<b>Celkem</b>	<b>217</b>	<b>183</b>	<b>163</b>	<b>197</b>	<b>231</b>