

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2014

Adam Fiala

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Adam Fiala

**Přínos digitalizace českého televizního
vysílání v oblasti rozmanitosti programové
nabídky**

Diplomová práce

Praha 2014

Autor práce: **Bc. Adam Fiala**

Vedoucí práce: **PhDr. Milan Kruml**

Rok obhajoby: 2014

Bibliografický záznam

FIALA, Adam. *Přínos digitalizace českého televizního vysílání v oblasti rozmanitosti programové nabídky*. Praha, 2014. 137 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Milan Kruml.

Abstrakt

Diplomová práce zkoumá podobu televizního trhu v éře digitalizovaného terestrického vysílání s ohledem na to, do jaké míry se zde nalézají inovace v žánru, širší škála zemí původu a zařazování vlastních a zahraničních premiérových pořadů. Pro tyto účely se soustředí na osm nových digitálních kanálů šířených v pozemní síti, které jsou dostupné celorepublikově, nejsou monotematické a disponují podílem na sledovanosti alespoň kolem jednoho procenta.

V teoretické části jsou krátce shrnuty dějiny procesu digitalizace na českém území, jsou zde zařazeny profily zkoumaných televizních kanálů a stručně jsou představeny i zaniklé nebo minoritní digitální kanály. Pro výzkumné účely byla zvolena metodologie kvantitativní analýzy, která umožňuje prozkoumat větší množství materiálu a získat z něj obecné poznatky. Zjištěné výsledky tvoří porovnání osm stanic mezi sebou ve třech kategoriích, je popsána jejich proměna v čase oproti jejich prvnímu měsíci vysílání a kontrast kontextu je dán dílčí analýzou změn ve vysílání dříve hlavních a jediných analogově vysílajících stanic. Hlavním pozitivem nových stanic je vyšší míra žánrové nejednoznačnosti. Mezi zeměmi původu má však stále zásadní postavení USA.

Abstract

Diploma thesis examines the form of television market in the age of digitalized terrestrial broadcasting with regard to the extent to which there can be found genre innovations, wider scale of origin countries and the placement of its own or foreign

programme premieres. For this purpose, it concentrates on eight new digital channels distributed in terrestrial network; available nationwide, not monothematic and having audience share of at least around one percent.

In the theoretical part, there is briefly summarized the history of the digitalization process in the Czech Republic, there are profiles of examined TV channels and thesis also presents extinct or minor digital channels shortly. For research purpose, thesis uses quantitative analysis methodology; it allows to explore larger amount of materials and achieve the general knowledge. The results consist of the comparison between the eight channels in three categories, description of the evolution of programme in the course of the time compared to the first month of broadcasting and contextual contrast using partial analysis of broadcasting of main and then only analogue available channels. The major positive aspect of the new channels is a higher degree of ambiguity genre. However, U.S. still holds important role as origin country of the programmes.

Klíčová slova

terestrické televizní vysílání, digitální televizní vysílání, kvantitativní analýza, Prima Cool, Prima Love, Prima Zoom, Nova Cinema, Fanda, Smíchov, Telka, TV Barrandov

Keywords

terrestrial television broadcasting, digital television broadcasting, quantitative analysis, Prima Cool, Prima Love, Prima Zoom, Nova Cinema, Fanda, Smíchov, Telka, TV Barrandov

Rozsah práce: 141 760 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 15.05.2014

Adam Fiala

Poděkování

Děkuji vedoucímu PhDr. Milanu Krumlovi za vstřícnost při konzultování a inspiraci, kterou mi poskytl ve svých přednáškách.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:
Fiala Adam

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:
Bc – 2009/2010, Mgr -2012/2013

E-mail diplomantky/diplomanta:
FialaA@seznam.cz

Studijní obor/forma studia:
Mediální studia, prezenční

Předpokládaný název práce v češtině:

Přínos digitalizace českého televizního vysílání v oblasti rozmanitosti programové nabídky

Předpokládaný název práce v angličtině:

Benefits of digitization of television broadcasting in the diversity of programme content in the Czech Republic

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

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

LS 2013/2014

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Téma diplomové práce vychází ze situace současného televizního trhu, který v souvislosti s digitalizací na DVB-T standard prošel rozšířením o mnoho vysílatelů, doplnil základní trojici ČT, Nova a Prima o zcela nové komerční subjekty, zároveň umožnil stávajícím vysílatelům rozšířit vlastní portfolio programů. To vyústilo v širší nabídku obsahu celostátního vysílání, z níž si konzumenti vysílání mohou vybírat. Digitalizace vytvořila prostor pro další televizní obsah, ovšem jeho využití může jít stejně tak formou úspor a zařazení reprízovaných pořadů, jako i nabídnout vlastní produkci. Diplomová práce by zkoumala, jak si v této situaci stojí nové televizní kanály, fungující a částečně i ty, které ukončily vysílání v důsledku finanční nevyrovnanosti.

Dosavadní podoba zpracování tematiky obsahů českých digitálních terestrických kanálů se omezuje většinou na analýzy konkrétních jevů (marketing, cílové skupiny zpravodajství) a zůstává u komparace malého množství subjektů, popřípadě charakterizace vybrané televizní stanice. Tato diplomová práce má tematicky zachytit komplexní programovou podobu českého televizního vysílání po digitalizaci mimo hlavní kanály.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Cílem diplomové práce je provést vícečetnou obsahovou a komparativní analýzu obsahů vybraných televizních stanic v systému DVB-T (nyní by šlo o Prima Cool, Prima Love, Prima Zoom, Nova Cinema, Fanda, Smíchov, Telka, TV Barrandov, TV Metropol a TV Pohoda), a to s ohledem na jejich originalitu/reprízu, zemi původu a formát pořadů.

Zjištění by měla odpovědět na otázky, v jaké míře se rozmanitost nových kanálů odráží ve skladbě jejich programové nabídky, jaký je podíl originálních pořadů, pokud nějaké jsou, kdy s jejich vysíláním televizní subjekt začal a kdo je v této oblasti nejprogresivnější.

Vedle toho pak práce nabídne porovnání stanic z hlediska struktury práce s rozličnými formáty a také

uveďte, jestli stanice využívají ze zahraniční tvorby obvyklé zdroje angloamerických a blízkých evropských producentů (Německo, Francie), nebo využívají i jiné zdroje.

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

1. Úvod

Vyjádření kontextu tématu, předpokladů k jeho zpracování a očekávaných cílů.

2. Metodika, hypotézy, teorie

V kapitole bude detailně rozepsána metodika výzkumné práce v jednotlivých částech, v jedné z podkapitol budou stanoveny hypotézy a v další potom potřebný teoretický základ k tématu pro jeho dostatečné zpracování.

3. Deskripce historie procesu digitalizace televizního vysílání a zvolených televizních kanálů

V jednotlivých podkapitolách v krátkosti seznámím se zavedením digitalizace na českém území a charakterizují programy Prima Cool, Prima Love, Prima Zoom, Nova Cinema, Fanda, Smíchov, Telka, TV Barrandov, TV Metropol a TV Pohoda z hlediska jejich vzniku, vývoje a záměrů.

4. Aplikace výsledků analýzy programového vysílání

Z výsledků získaných kvantitativní analýzou provedu zhodnocení jednotlivých kanálů podle vytyčených oblastí – 1) originality, 2) země původu a 3) formátů pořadů. Následně by měla alespoň jedna kapitola nabídnout komparaci jednotlivých stanic, čímž docílím zjištění, jestli digitalizace vysílání a příchod většího množství programových stanic znamená i větší rozmanitost.

5. Závěr

Závěrečné shrnutí, zhodnocení průběhu a výsledků diplomové práce.

6. Literatura

Seznam použitých zdrojů při zpracovávání diplomové práce.

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Období použité v diplomové práci zahrnuje ze strany rámce zpracování období od začátku prosazování přechodu z analogového vysílání na digitální vysílání přes pozemní vysílače do současnosti.

Pro potřeby kvantitativní analýzy obsahu využiji dva měsíce vysílání výše uvedených televizních stanic, které budou zvoleny z rozmezí let 2012-2013, vyjma měsíců prázdninových, kdy by výsledky analýzy zkreslily každoroční úpravy vysílacích schémat přizpůsobených nižšímu zájmu diváků a inzerentů v letních měsících.

Pro další podklady poslouží vybraná periodika televizních programů příslušného časového období (Týdeník Televize, TV Max, TV Star, nebo Magazín Dnes + TV).

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Při zpracování obsahové analýzy bude použita kvantitativní analýza doplněná o komparaci, v kapitolách prezentujících televizní kanály bude užita deskripce.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech

titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. nezměněné vyd. Překlad Barbara Köpplová. Praha: Karolinum, 2011, 149 s. ISBN 978-802-4619-804.

Kniha se skládá z teoretické a výzkumné části, přičemž první část nabízí vedle vztahu médií a veřejné sféry také metodologii obsahové analýzy médií. Doplnkovou publikací k otázce metodologie bude *Media Research Techniques* od Arthura Asa Bergera vydaná 1998 v nakladatelství Sage (ISBN 0-7619-1536-2).

BEDNÁŘ, Jiří. *Digitální televize: [populární průvodce technologií DVB-T]*. 2. vyd. Praha: Sdělovací technika, 2007, 141 s. ISBN 978-80-86645-17-9.

Technická a praktická publikace představuje zdroj informací o podstatě digitálního vysílání prostřednictvím pozemních vysílačů a tedy základnu pro rozšíření počtu dostupných kanálů. Doplnkovou publikací bude kniha stejného autora *Příjem DVB-T* vydaná 2007 v BEN - technická literatura (ISBN 978-80-7300-221-3)

DUSPIVA, Zdeněk. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*. Praha: Votobia, 2004, 146 s. ISBN 80-722-0169-7.

Autor se v této publikaci zabývá problematikou digitalizace televize i rozhlasu, vedle technologického rozvoje a podmínek do knihy zahrnul i několik společensky orientovaných textů, mj. digitalizace ve vztahu k divákovi.

GRIPSRUD, Jostein. *Relocating television: television in the digital context*. London: Routledge, 2010, 275 s. ISBN 978-0-415-56453-3.

Kolekce mediálních esejů mapuje vliv digitalizace televizního vysílání na jeho úlohu ve společnosti i nabízený programový obsah v době, kdy internet hraje klíčovou roli. Kniha obsahuje i pohled na televizní fenomény a programová specifika provázející západní televizní produkci.

CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, xvi, 214 p. ISBN 18-445-7217-X.

Zahraniční publikace představuje zdroj informací o náhledu na televizní žánry, od zpravodajství přes seriály a reality show, dále zahrnuje i komparaci vývoje žánrů na několika konkrétních příkladech pro ustavení podoby současného televizního vysílání v západním světě.

GRAY, Jonathan. *Television entertainment*. New York: Routledge, 2008, xi, 209 s. ISBN 978-0-415-77224-2.

Jiná zahraniční kniha předkládá kritický náhled na fenomén televizního vysílání a jeho dopady vůči divákům, vztahuje se přitom k různým televizním formátům, které patří k nejpopulárnějším v západním světě.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací,

kteře byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

BLÁHOVÁ, Kateřina. Komparace nových televizních stanic na českém mediálním trhu [online]. 2011 [cit. 2013-05-29]. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Olga Horová. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/sadomk/>>.

ČADA, Jan. Regionální televize na prahu digitalizace [online]. 2008 [cit. 2013-05-27]. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce Štěpán Prachař. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/sqqnws/>>.

ČEPIČKA, Martin. Digitalizace televizního vysílání z pohledu uživatelů [online]. 2010 [cit. 2013-05-27]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jakub Macek. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/216231/fss_b/>.

DOUŠOVÁ, Aneta. Zpravodajská televize Z1: Změny v koncepci za účelem zefektivnění provozu [online]. 2010 [cit. 2013-05-27]. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Jan Hanzlík. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/57yji9/>>.

HRUŠKOVÁ, Kristýna. Postup digitalizace v České televizi [online]. 2010 [cit. 2013-05-27]. Diplomová práce. Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, Ekonomická fakulta. Vedoucí práce Eliška Skřidlovská. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/e7x7xg/>>.

KUBEČKOVÁ, Pavla. Proměny televizního veřejnoprávního vysílání v éře digitalizace [online]. 2009 [cit. 2013-05-27]. Bakalářská práce. Akademie múzických umění v Praze, Filmová a televizní fakulta AMU. Vedoucí práce Čestmír Kopecký. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/3lql9q/>>.

NOVOTNÁ, Marika. Právní aspekty digitalizace televizního vysílání v ČR [online]. 2009 [cit. 2013-05-27]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Právnická fakulta. Vedoucí práce Jiří Kroupa. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/134446/pravf_m/>.

PARIHUZIČOVÁ, Veronika. Ocenění společnosti FTV Prima, spol. s r.o. [online]. 2012 [cit. 2013-05-27]. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Hana Scholleová. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/2vo1xt/>>.

PETRUCHA, Dan. Problematika digitalizace televize na příkladu České televize [online]. 2007 [cit. 2013-05-27]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce David Kořínek. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/zp4nhq/>>.

POKORNÝ, David. Digitalizace televizního vysílání [online]. 2007 [cit. 2013-05-27]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce David Kořínek. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/44553/fss_m/>.

RABENSEIFNEROVÁ, Miroslava. Televizní trh v ČR [online]. 2010 [cit. 2013-05-27]. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce Petr Podlešák. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/cn06ue/>>.

SMETANA, Jan. Digitalizace televizního vysílání a vznik ČT4 [online]. 2011 [cit. 2013-05-27]. Bakalářská práce. UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI, Filozofická fakulta. Vedoucí práce

Miloš Mlčoch. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/srz4e9/>>.

ZÁPOTOCKÝ, Jan. Vliv digitalizace na české mediální právo a právní prostředí [online]. 2011 [cit. 2013-05-27]. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Martin Boháček. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/0ous1u/>>.

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:

Potvrzuji, 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 VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Obsah

ÚVOD.....	3
1. METODOLOGIE DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	5
1.1 Hypotézy.....	6
1.2 Jednotka, kategorie a proměnné.....	7
1.3 Vzorek.....	8
1.4 Průběh kódování, redukce a vyvozování.....	10
2. DESKRIPTIVE ZKOUMANÝCH TELEVIZNÍCH STANIC.....	12
2.1 Prima Cool.....	12
2.2 Prima Love.....	13
2.3 Prima Zoom.....	14
2.4 Nova Cinema.....	15
2.5 Fanda.....	15
2.6 Smíchov.....	16
2.7 Telka.....	17
2.8 TV Barrandov.....	17
3. DIGITALIZACE ČESKÉHO TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ.....	20
3.1 Přehled televizních stanic éry digitálního vysílání.....	22
4. KATEGORIE ŽÁNŘŮ.....	28
4.1 Žánry podle Television Genre Book.....	28
4.1.1 Drama.....	29
4.1.2 Soap opera.....	29
4.1.3 Komedie.....	30
4.1.4 Dětské vysílání.....	30
4.1.5 Zpravodajství.....	31
4.1.6 Dokument.....	31
4.1.7 Reality TV.....	32
4.1.8 Animovaná tvorba.....	32
4.1.9 Zábavní pořad (Popular Entertainment).....	33
4.2 Žánry podle vlastní kategorizace.....	33
4.2.1 Film.....	34
4.2.2 Seriál.....	34
4.2.3 Zpravodajství a publicistika.....	34
4.2.4 Magazín.....	34
4.2.5 Zábavní show.....	35
4.2.6 Reality show.....	35
4.2.7 Sportovní pořad.....	35
4.2.8 Teleshopping.....	36
4.2.9 Soutěžní pořady.....	36
5. VÝSLEDKY KVANTITATIVNÍ ANALÝZY.....	37
5.1 Zastoupení žánrů na jednotlivých stanicích.....	37
5.1.1 Prima Cool.....	37
5.1.2 Prima Love.....	38
5.1.3 Prima Zoom.....	39
5.1.4 Nova Cinema.....	39
5.1.5 Fanda.....	40
5.1.6 Smíchov.....	41
5.1.7 Telka.....	42
5.1.8 TV Barrandov.....	43
5.2 Zastoupení zemí původu na jednotlivých stanicích.....	44
5.2.1 Prima Cool.....	44

5.2.2	<i>Prima Love</i>	45
5.2.3	<i>Prima Zoom</i>	46
5.2.4	<i>Nova Cinema</i>	47
5.2.5	<i>Fanda</i>	48
5.2.6	<i>Smíchov</i>	49
5.2.7	<i>Telka</i>	50
5.2.8	<i>TV Barrandov</i>	51
5.3	<i>Zastoupení vlastní nebo premiérové tvorby na jednotlivých stanicích</i>	52
5.3.1	<i>Prima Cool</i>	53
5.3.2	<i>Prima Love</i>	54
5.3.3	<i>Prima Zoom</i>	55
5.3.4	<i>Nova Cinema</i>	55
5.3.5	<i>Fanda</i>	56
5.3.6	<i>Smíchov</i>	57
5.3.7	<i>Telka</i>	58
5.3.8	<i>TV Barrandov</i>	59
6.	VYVOZENÁ ZJIŠTĚNÍ	61
6.1	<i>Hypotéza 1</i>	61
6.2	<i>Hypotéza 2</i>	62
6.3	<i>Hypotéza 3</i>	62
6.4	<i>Hypotéza 4</i>	63
6.5	<i>Hypotéza 5</i>	64
6.6	<i>Vliv procesu digitalizace na hlavní televizní kanály analogového vysílání</i>	64
6.6.1	<i>ČT1</i>	65
6.6.2	<i>ČT2</i>	66
6.6.3	<i>TV Nova</i>	67
6.6.4	<i>FTV Prima</i>	69
6.7	<i>Věrnost profilu stanice</i>	70
6.8	<i>Hlavní hypotéza</i>	71
	ZÁVĚR	73
	SUMMARY	77
	POUŽITÁ LITERATURA	79
	SEZNAM PŘÍLOH	89
	PŘÍLOHY	91

Úvod

V boji o dominantní informační médium televize s těžkostí vzdoruje internetu, přesto se nevzdává a nastoupila cestu od centralizace k mnohočetnosti, která je vlastní zdánlivě nekonečným pláním internetové země.

Vývoj vizuálního média byl přitom za šedesát let překotný, což se třeba s možnostmi rozvoje tištěného a rozhlasového média nedá srovnávat. Proměnily se zobrazovací techniky, plocha obrazu, barevnost, kvalita signálu. Symptodem je i postupný nárůst kvantity, kterou už s tiskem a rozhlasem lze srovnávat. A tak jsme se nejprve od jedné dvou stanic socialistické éry přesunuli ke čtveřici kanálů svobodného trhu. Významný přechod následně znamená proces digitalizace českého vysílacího prostoru, který nejenom že teoreticky rozšiřuje limitovaný vysílací prostor, ale fakticky došlo ke znásobení množství původních českých kanálů.

Se zájmem jakéhokoli jiného televizního diváka jsem sledoval spuštění nových programových kanálů, jejich úsilí o identitu a trvanlivost a případně i jejich zánik. V této diplomové práci jsem chtěl nové prostředí digitalizovaného českého televizního prostředí prozkoumat s vědeckou kategoričností, která by novou podobu obsahu televizorů podrobila analytickému kvantitativnímu rozboru.

Televize je zábavní médium a nelze od ní očekávat sofistikované projevy společenské informativnosti, ale minimálně jeden požadavek k ní musíme vyslat, obzvláště když o naši pozornost usiluje více a více televizních obsahů. Tím požadavkem je pestrost, která by měla vyvažovat kvantitu, aby měla hodnotu a význam. A tak pozornost diplomové práci zaměřuji na nové televizní kanály, které by měly být doplňkem stávající nabídky a pozitivně naplňovat žádost po rozmanitosti. Ostatně konkurence nevzniká pouze mezi televizními vysíláči, ale i v pozici vůči jiným typům médií a hlavně pak internetu, který vytvořil svobodnou volbu výběru, jejíž potenciál je nekontrolovaný a která je bezvýhradně v rukou příjemce.

Můžeme se k současnému stavu televize stavět pesimisticky a bez diskuse zahrnout digitalizaci jako nanejvýš neefektivní nástroj rozvoje obsahu. Televize totiž nevznikají v ideálním světě, ale jsou nuceny zvažovat své možnosti, které jsou ze všeho nejvíce ekonomické, ale svůj počátek mají i u lidských zdrojů, které televizní program tvoří a komponují.

Avšak touto prací bych chtěl vyzdvihnout pozitivní jevy a provést porovnání napříč spektrem nových kanálů, které si vedou nejlépe jako svébytné obsahové

prostředky. Zjišťuji, jaké prostředky k tomu využívají a čím se liší, což vyplývá z provedených zkoumání, analýz, což je obsahem výsledků této práce.

1. Metodologie diplomové práce

Téma diplomové práce se dotýká digitalizace televizního vysílání v České republice, které přineslo rozšíření prostoru a které příjemcům u televizorů nabídlo četnější nabídku dostupných vysílatelů. Přestože v názvu práce zmiňuji výraz "přínos", jeho naplnění teprve bude buď potvrzeno, nebo vyvráceno. Zkoumám totiž současný televizní trh z hlediska rozmanitosti nabídky obsahové. S televizním vysíláním jsem jako divák v kontaktu dlouhodobě, se zájmem jsem sledoval zrod nových televizních stanic a procházel jejich programovou nabídku, tudíž jsem chtěl prostřednictvím výzkumu této práce zachytit, co do televizního prostoru vnáší nové subjekty televizních stanic, jež doplňují zavedené kanály (v práci dále označované jako "hlavní").

V souvislosti s digitalizací se mluví hlavně o technologickém kvalitativním posunu, ale už nikoli o obsahu, na němž by mělo v konečném důsledku záležet ze všeho nejvíce. Ostatně tento efekt se projevuje ve všech technologických oblastech souvisejících s audiovizuální produkcí. Např. zhlédnutí filmů se už neomezuje na obsah samotný, ale propagace zohledňuje způsob projekce, od digitalizované projekce, která má být čistší a ostřejší než 35mm film, přes stereoskopii, která vytváří falešné zdání třetího rozměru, ke zvukovým nadstavbám jako Dolby Atmos se zvlášť prostorovým zvukem. Shodné je to i u televizorů, které přestoupily do režimu full-HD, ale už se mluví o dalším vývojovém skoku ke 4K (tedy čtyřikrát větší plocha obrazu), aniž by to bylo v domácím prostředí potřeba a aniž by to skutečně obohatilo žánrovou a regionální bohatost tvorby.

Jelikož se digitalizace vysílání projevuje především kvantitou, tedy nabídkou prostoru pro širší množství zájemců o vysílání (na rozdíl od limitovaného analogového vysílání se uvolňují frekvence pro další kanály), zvolil jsem jako zastřešující metodologický přístup kvantitativní analýzu, při níž získám tvrdá data, a která bude znovu aplikovatelná, pokud by další výzkumník měl za cíl sledovat vývoj a změny. Mým záměrem totiž není sledovat konkrétně proměnu ani detailní charakteristiky programové náplně, nýbrž pojmout stávající situaci českého televizního trhu v obecné šíři. Dosud byly k této věci publikovány dílčí texty, které se soustředily pouze na charakterizaci jednoho či dvou z mladých televizních subjektů. Tato práce by ideálně měla načrtnout relevantní, strukturovanou podobu programové nabídky napříč a nahlédnout na pozitivní i negativní trendy s ní spojené.

1.1 Hypotézy

Východiskem pro vytvoření hypotézy je trvající kritika české televizní tvorby¹, zaostávání za vývojem technologií, které umožňují divákům se dostat k zahraničním pořadům rychleji, než je uvedou české kanály, a ekonomicky omezený prostor se stagnující reklamou, který brání investicím. Hlavní hypotéza je, že nové televizní stanice nevytváří prostor pro rozmanitou reprezentaci produkce domácí i zahraniční.

Dílčích hypotéz je několik. První definuji tak, že televizní stanice vedle vlastní, české produkce nadále ve většině používají z geografického hlediska stejné zdroje, jak je v naší kultuře (u "hlavních" stanic) běžné – tedy USA, Velká Británie, Německo a Francie.

Druhou, navazující hypotézou je všeobecná minimalizace podílu pořadů ze světadílů Asie, Afrika a Austrálie bez ohledu na jednotlivé suverénní státy.

Třetí hypotéza je odvozena ze žánrů a předpokládá, že stanice využívají standardizované specifické žánrové formy a nevyskytují se nejednoznačnosti, které by značily inovaci a originalitu.

Čtvrtá hypotéza je, že zahraničních premiér uváděných ve sledovaném vzorku televizních stanic se vyskytuje více než premiér vlastní produkce.

Pátá hypotéza předpokládá zvýšenou míru opakování vlastních pořadů s ohledem na to, že některé stanice jsou přidružené dosavadním hlavním stanicím (a tedy mají k dispozici přístup k archívu) a že nezávislé stanice maximalizují finanční investice do své produkce právě jejím opakováním, které zaplní vysílací čas.

Výzkum by také měl přinést informace a odpovědi ohledně dosažitelnosti informací o programovém schématu, míry prezentace premiérového obsahu i problémů s mylnými charakteristikami pořadů, které neodpovídají skutečnosti. Předně má nicméně přinést odpověď na to, jestli bohatší nabídka televizních kanálů znamená i bohatší obsahovou nabídku, jestli lze vystopovat přínos s ohledem na nové pořady, na neobvyklý původ a rozmanitou žánrovou skladbu.

¹ K nahlédnutí jsou názory a glosy na České pozici či Blistech (konkrétně např.: <http://www.ceskapozice.cz/byznys/podnikani-trhy/tv-nova-sjizdi-ke-dnu-veze-se-pritom-na-farmarske-koze>, <http://www.zvedavec.org/kultura/2014/01/5791-straslive-nizka-uroven-ceskych-televizi.htm>, <http://www.blisty.cz/art/62300.html>)

1.2 Jednotka, kategorie a proměnné

V přípravné fázi aplikuji procedurální kroky metody, které nyní představím podle vzoru Klause Krippendorffa², který mi nakonec posloužil jako hlavní a vhodný metodologický průvodce. Jako první je na řadě operacionalizace jednotek. Základní jednotkou se pro mé účely stal televizní pořad, tedy jakýkoli časově ohraničený programový bod v denní nabídce televizních stanic. Jako kategorie, v nichž provádím pozorování a záznam do kódovací knihy, byly zvoleny tři základní charakteristiky – žánr, země původu a originalita pořadu.

V případě žánru na pořady aplikuji dvojí měřítko, abych mohl lépe reagovat na různorodou kategorizaci v televizní tvorbě. V jednom případě se na žánr dívám po jeho obsahové stránce, ve druhém pak zohledňuji formát. Při vymezení obsahové podoby vycházím z klasifikace, kterou stanovuje editorský počín Glena Creebera spolu s Toby Millerem a Johnem Tullochem nazvaný *The Television Genre Book*³. Jsou to drama, soap opera, komedie, dětský pořad, zpravodajství, dokument, reality show, animovaný a zábavní, přičemž pouze složka animovaný pořad přesahuje mantinely obsahu do formátu, ale je nápomocná při rozlišení tvorby pro děti a pro dospělé. Je pochopitelné, že i v rámci jednoho pořadu se mohou tyto kategorie překrývat, přičemž v tom případě je kladen důraz na dominantní žánr pořadu.

Celkově jsem shledal kategorizaci podle knihy *The Television Genre Book* jako nedostatečnou, pravděpodobně z důvodu kulturních rozdílností, a tak jsem jej doplnil o vlastní, sekundární žánrovou kategorii, v níž jsem se primárně zaměřil na formu pořadů a kterou jsem sestavil na základě pozorování jako reprezentativní, respektive doplňující kategorii. Typově tak v programové nabídce sleduji, jestli pořad nabývá charakteristiky filmu, seriálu, zpravodajství a publicistiky, magazínu, zábavné show, reality show, sportu, teleshoppingu, nebo soutěže.

Charakterizaci žánrů představuji v samostatné kapitole, kde definuji šablonu, přesněji řečeno charakteristické vlastnosti, podle nichž se při kódování řídím, aby byla zachována jednotka. Protože hledaný přínos v rozmanitosti může spočívat i v žánrové nejednoznačnosti, neboť právě neznámé, špatně zařaditelné inovuje zaběhnutá

² KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2004, str. 81-86.

³ CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The Television Genre Book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, xvi, 214 s.

schémata, ve vybraném časovém úseku budu zaznamenávat i aspekt odlišnosti, která pořad vymezuje vůči stanoveným základním žánrům.

V případě země původu jsem si na začátku stanovil kategorii kontinentu pro obecnější srovnání, kde definuji Evropu, Asii, Afriku, Austrálii s Oceánií a samostatně Severní Ameriku a Jižní Ameriku. Doplnkem je koprodukce, pokud na tvorbě pořadu spolupracovaly štáby z rozdílných kontinentů. V další kategorii jsem detailně zaznamenával jednotlivé státní útvary. Na počátku jsem si definoval 36 zemí jako proměnných, z většiny státy Evropy, trojice USA, Kanada a Mexiko v Severní Americe a nejvýraznější státy v Asii a Jižní Americe. Otevřený prostor jsem ponechal pro Afriku, u níž není kulturně–regionální předpoklad tvůrčího dosahu do naší oblasti.

Před startem kódování jsem se rozhodl vymezit země jako proměnné v limitovaném množství s tím, že případné nezařazené země, které se objevují zcela výjimečně nebo u nichž jsem mylně stanovil potenciál objevení, mohu v případě výskytu doplnit. Tento přístup má praktický důvod, při práci s kódovací knihou se snáze vyhledává číselné označení země.

Nejsložitější kategorii jsem pojmenoval novost. Má za cíl vysledovat, jak moc se nové televizní subjekty spoléhají na již vysílané pořady a jak moc do svého programu zařazují premiéry. Jednoduché určení premiéry zahraničního pořadu se s nástupem nových televizních stanic stalo mnohem těžší. V tištěných programových magazínech totiž nezbyvá pro množství kanálů místo pro zevrubné informování. Primárně tak tato kategorie pomůže zjistit procento výskytu vlastních pořadů ve vysílání televizních stanic, dodatečně pak i premiéry zahraničních pořadů, pokud to zdroje informací umožní. Dále mezi proměnné patří i "vlastní repríza", "česká repríza", "zahraniční repríza" a v extrémních případech proměnná "nezjištěno".

Orientačně si také zjišťuji délku pořadů, v některých případech tato statistika napomůže upřesnit, aby údaje o poměru např. premiérových a reprízovaných pořadů reflektovaly i reálné množství času, které jsou jednotlivým kategoriím věnované. V součtu přispěje k vykreslení méně zkreslené podoby skladby programu u jednotlivých stanic.

1.3 Vzorek

Stanovil jsem si obsáhlý vzorek vysílatelů, který však nezahrnuje kompletní okruh digitálních televizních stanic v síti DVB-T. Jelikož se výzkum primárně soustředí na nové subjekty, nejsou logicky součástí práce dominantní televizní subjekty, které

na trhu působí ještě z dob analogového vysílání, byť už v digitální podobě. Jedná se o první dva kanály veřejnoprávního vysílání a stejně tak dva komerční subjekty Nova a Prima. Můj ústřední výzkum předpokládá, že podoba těchto televizních stanic nedošla prostřednictvím digitalizace proměny, byť řada z nových stanic je k nim organizačně přidružena. Abych měl alespoň určitý přehled, na nějž se mohu odvolávat, provádím dílčí výzkum, v němž si v časově omezeném úseku ověřím, jestli se skladba "hlavních" kanálů zásadně liší v období před digitalizací a v období po digitalizaci.

Z výběru stanic jsem volil ty, jejichž divácká sledovanost se pohybuje alespoň kolem jednoho procenta podílu. Přitom jsem vynechal tematicky úzce profilované stanice, jejich podoba není pro analýzu formulovanou v této práci vhodná. Tato výjimka zahrnuje ve svém výčtu veřejnoprávní kanály ČT24 a ČT Sport, další sportovní kanály, hudební stanice Óčko a Šlágr TV nebo náboženskou TV Noe. Například jejich mnohdy jednostranná obsahová a formátová klasifikace by vyžadovala širší kategorizaci žánrů. Vynechání minoritních nebo regionálních subjektů jako Active TV, Inzert TV nebo V1 je důsledkem omezeného rozsahu diplomové práce i jejich malým vlivem na televizním trhu.

Konečný součet sledovaných stanic je osm – vzorek tvoří přidružené stanice dosavadních vysílatelů, tedy Nova Cinema, Fanda, Smíchov, Telka, Prima Cool, Prima Love a Prima Zoom a ze zcela samostatných je to TV Barrandov. Původně podle tezí měla být součástí výzkumu také TV Pohoda, která ale v nedávné době prošla transformací a která neuveřejňuje detailní informace o svém programu na svých oficiálních stránkách ani v tištěných programech či v programu EPG, který na televizích zobrazuje program sledovaných kanálů. Podobné problémy se týkají TV Metropol, která nedosahuje dostatečné sledovanosti (kvůli své regionální povaze) a která za dobu svého působení prochází neustálými změnami. Nově se v průběhu práce objevily stanice ČT :D a ČT art, nebyly zařazeny, první jmenovaná je tematicky specifická, dohromady pak disponují malou sledovaností.

Jako časový vzorek jsem stanovil období celkově čítající tři měsíce, ale nikoli kontinuálně, abych získal dostatečné množství dat, které nebude koncentrované v jednom časovém úseku, který by kvůli opakujícím se schémátům vysílání neumožnil vysledovat změny v delších cyklech. Dva měsíce analýzy provádím ve vybraném období let 2013 a 2014, abych docílil odstupu od začátku vysílání u nejmladších stanic, jeden blok je celý měsíc (16. září – 15. října 2013), další dva bloky po patnácti dnech (1. prosinec – 15. prosinec 2013, 6. leden – 21. leden 2014), přičemž se úseky vyhnou

významným svátkům a prázdninám, které zásadně narušují obvyklý plán vysílání alespoň u tradičních stanic.

Jedno měsíční období věnuji vždy prvnímu měsíci vysílání konkrétního kanálu, v případě výjimky konkretizuji u dané stanice. Konkrétně se jedná o tato období: Prima Cool 1. dubna – 30. dubna 2009, Prima Love 8. března – 7. dubna 2011, Prima Zoom 1. února – 28. února 2013, Nova Cinema 1. prosince – 31. prosince 2008 (začátek vysílání v pozemní síti), Fanda 16. července – 15. srpna 2012 (posun začátku zveřejnění v TV programu), Smíchov 31. prosince 2012 – 30. ledna 2013 (posun začátku zveřejnění v TV programu), Telka 22. února – 21. března 2013, TV Barrandov 11. ledna – 10. února 2009.

Ohledně dílčího výzkumu programových změn u dominantních televizních stanic následkem digitalizace se omezím na jeden týden v době před spuštěním digitalizace a jeden týden v současnosti, tedy v době po skončení digitalizace.

1.4 Průběh kódování, redukce a vyvozování

Vytyčené tři měsíce znamenají kódování každého jednoho dne, všech odvysílaných programů všech devíti stanic. V samostatné kapitole uvádím podrobnější charakteristiky jednotlivých proměnných u žánrové kategorie, abych jasně specifikoval, jaký pořad odpovídá kterému žánru. Přestože televize uvádějí určitou informaci, v pochopení formátu mohou být zavádějící. Jasná definice proměnných tak umožňuje vyvarovat se při procesu kódování omylů a chyb.

Kódování jsem prováděl osobně, během zápisu dat jsem získávané informace podroboval kritickému zhodnocení, které spočívalo v kontrolách nebo zpřesnění roku vzniku, zjištění všech zúčastněných zemích na výrobě (zaznamenával jsem nanejvýš dvě hlavní koprodukční země) a revizi žánru s ohledem na obsahovou charakteristiku, další zdroje informací a vlastní zkušenost ze sledování. Sice není záměrem kvalitativní hodnocení pořadů, tedy hloubková analýza za účelem zjištění jejich žánrové podoby, beru však za přínosné, pokud se při žánrovém zařazení nenechávám ovlivnit pouze názorem pracovníků televize.

Po této kapitole následuje deskripce zkoumaných subjektů, v nichž v krátkosti shrnuji jejich historii a profilovou stavbu, včetně jejich sebe prezentace vůči cílové skupině. Menším stanicím je totiž vlastní určité téma pro vybranou skupinu diváků, což se však vůbec nemusí shodovat s tím, co nakonec jde do vysílání.

Další v pořadí je prezentace výsledků analýz, kde využiji získaná data k provedení statistik, které slovně a graficky znázorní, co bylo pozorováno. Údaje by měly vypovídat o zastoupení zemí původů, žánrů a novosti. Skupina nových stanic se porovnává jednak vůči dílčímu výzkumu mezi hlavními kanály, následně pak mezi sebou a s ohledem na vlastní proklamovaný profil. Zahrnuji rozbor kombinací, tedy co za žánry tvoří vlastní premiéry stanic nebo v jakém typu žánru se objevuje nejčastěji odlišnost apod. V souvislosti se zemí původu sleduji, s jakým žánrem pořadu se pojí.

2. Deskripce zkoumaných televizních stanic

2.1 Prima Cool

Stanice Prima Cool byla prvním z digitálních kanálů spadajících pod nynější společnost FTV Prima. Vysílací licenci ji na standardní dobu 12 let udělila Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, která zasedala v únoru 2009.⁴ Vysílání začalo 1. dubna 2009 v druhém multiplexu, díky čemuž měla od začátku pokrytí území 57 % a ještě během roku 2009 mělo číslo vzrůst na 64 %.⁵

Cílovou skupinou diváků tohoto kanálu mají být mladší lidé, a to v rozmezí 20–40 let, kteří bydlí ve městech. V některých médiích se objevily pokusy o tematické rámce jako "akce, ironie a adrenalin"⁶ nebo "zábava, adrenalin a kult"⁷, které by charakterizovaly obsah stanice. Od začátku se Prima COOL soustředila na zahraniční pořady, které v tuzemsku nabízela v premiéře (např. *Jak jsem poznal vaši matku*, *Teorie velkého třesku*, *Futurama*, *Chuck*, *Dexter*, *Heuréka*), zároveň svůj profil doplňovala staršími seriály, které si získaly pověst kultovních záležitostí. Celkově se jednalo o mnohdy populární seriály, které si prostřednictvím internetového stahování oblíbili i Češi. Proto se programové ředitelství televize zabývalo i problematikou originální znění s titulky proti dabingu, přičemž v začátku vysílaly pořady s dabingem, protože podle jejich výzkumů je protidabingová komunita na internetu "hlasitá", ale ne tak početná.⁸ Ovšem už po dvou letech vedení Primy zařadilo do vysílání jako suplement i originální znění s titulky, které běželo jako repríza druhý den odpoledne⁹, v roce 2013 se tato forma objevuje spíše v nočních hodinách.

Prima COOL si v českém prostředí vybuodovala pozornost, která se odrazila například na výročních cenách Czech Grand Design, kde grafické studio Oficina

⁴ VYLEŤAL, Martin. Prima Cool získala licenci a může odstartovat. In: *Parabola.cz* [online]. 19.2.2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/3426/prima-cool-ziskala-licenci-a-muze-odstartovat/>.

⁵ Prima COOL od 1. dubna v multiplexu 2 Českých Radiokomunikací. In: *AVMania.cz* [online]. 30. 3. 2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://avmania.e15.cz/prima-cool-od-1-dubna-v-multiplexu-2-ceskych-radiokomunikaci>.

⁶ Seriály na Primě Cool od dubna 2009. In: *DigiZone* [online]. 5. 3. 2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/texty/serialy-na-prime-cool-od-dubna-2009/>.

⁷ Prima COOL startuje 1. 4. 2009. In: *SatCentrum* [online]. 05.03. 2009, 08. 03. 2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.satcentrum.com/clanky/3269/prima-cool-startuje-1-4-2009-aktualizovano/>.

⁸ Prima Cool startuje. In: *Lidvoky.cz* [online]. 31.03.2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: http://www.lidvoky.cz/prima-cool-startuje-0qf-/media.aspx?c=A090331_220351_In-media_val.

⁹ CHVÁLA, Tomáš. Prima Cool posouvá hranice – nabídne divákům originální znění s titulky!. In: *Kinobox* [online]. 15.06.2011 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.kinobox.cz/clanek/5510-prima-cool-posouva-hranice-nabidne-divakum-originalni-zneni-s-titulky>.

obdrželo ocenění veřejnosti za ztvárnění vizuálního stylu této stanice.¹⁰ Během prvního dne měření v červnu 2009 měla televize COOL denní podíl sledovanosti 0,48 %¹¹. V prosinci 2013 byl denní share stanice 3,09 %.¹²

2.2 Prima Love

Druhý přidružený kanál společnosti FTV Prima byl spuštěn 8. března 2011. Datum bylo speciálně vybráno, neboť na něj připadá Mezinárodní den žen a nový program měl za cíl svým obsahem zasáhnout hlavně ženskou část diváků, a to ve věkové skupině 15–44 let¹³. Kanál byl kvůli licenčnímu řízení nejprve součástí regionálního vysílacího multiplexu 3, kde se transformoval z kanálu R1¹⁴. Nadále zůstal ranní blok od šesti do osmi hodin věnován regionálnímu vysílání. Problém s celostátním dosahem však už tehdy pracovníci Primy řešili s Českými radiokomunikacemi a počítalo se s rozšířením vysílačů (např. Ještěd, Praděd, Tlustá hora na Zlínsku či Krásné na Pardubicku podpořily pokrytí od konce července 2011¹⁵).

Prima Love vysílala na základě licence z roku 2008, kdy společnost FTV Prima předkládala návrh vzniku kanálu Prima klub. Úpravu licence, podle níž Prima Love fakticky začala vysílat, Rada vydala 17. února a platila od 8. března do 31. prosince 2011, přičemž další rozhodnutí ovlivňoval podíl regionálních stanic ve vysílání kanálu.¹⁶ Sledovanost v prvním měřeném týdnu v květnu 2011 dosáhla 0,69 % v 15+¹⁷, v prosinci 2013 to bylo 1,83 %¹⁸.

Symbolem kanálu se stala růžová barva, která „odráží pojmy jako láska, osud, vztahy a emoce.“¹⁹ Koncept značky, kterou v podobně jednoduchém duchu jako

¹⁰ ŠOLTYS, Adam. Cenu Czech Grand Design získala grafika televize Prima Cool. In: *PCWorld* [online]. 10.03.2010 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://pcworld.cz/novinky/cenu-czech-grand-design-ziskala-grafika-televize-prima-cool-9194>.

¹¹ AUST, Ondřej. První čísla Prima Love: na sledovanosti má podíl 0,64 %. In: *Mediář* [online]. 02.05.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/prvni-cisla-prima-love-na-sledovanosti-ma-podil-064/>.

¹² ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

¹³ Od rána vysílá nový kanál pro ženy Prima Love, začal fotbalem. In: *Lidovky.cz* [online]. 08.03.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/od-rana-vysila-novy-kanal-pro-zeny-prima-love-zacal-fotbalem-pqw-/media.aspx?c=A110308_102243_In-media_ogo.

¹⁴ HARTMAN, Ivan. Prima spustí ženský kanál Prima Love, celostátní pokrytí však zatím nemá. In: *IHned.cz* [online]. 17.02.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://life.ihned.cz/c1-50352890-prima-spusti-zensky-kanal-prima-love-celostatni-pokryti-vsak-zatim-nema>.

¹⁵ SIMKANIČ, Ján. Multiplex 3 - mapy pokrytí (Czech Digital Group). In: *DigiZone.cz* [online]. 06.12.2012 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/texty/mapy-pokryti-multiplex-3-czech-digital-group/>.

¹⁶ RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 17.06.2008. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/1116676.pdf>.

¹⁷ KARTÁKOVÁ, Zuzana. Jak si vede TV Prima Love dle prvních výsledků měření sledovanosti?. In: *Marketing & Media* [online]. 09.05.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-51806080-jak-si-vede-tv-prima-love-dle-prvni-vysledku-mereni-sledovanosti>.

¹⁸ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

¹⁹ Prima Love začne vysílat na MDŽ, program má pro "dámy, které nepřestaly doufat". In: *IDnes.cz* [online]. 17.02.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/prima-love-zacne-vysilat-na-mdz-dmx-/televize.aspx?c=A110217_143058_televize_jaz.

na Prima Cool vytvořilo grafické studio Oficina, získalo taktéž ocenění – PROMAXBDA DESIGN WORLD GOLD AWARDS v kategorii Logo Design: Network/Channel.²⁰ Obsah opět tvoří převážně zahraniční seriály – *Pravá tvář vášně*, *V náruči ďábla*, *Ally McBealová*, *Nemocnice Mercy*, *Džungle rtěnek*, *Glee*, *Chirurgové* nebo *Zoufalé manželky*.²¹

2.3 Prima Zoom

Třetí doplňkový kanál k hlavní stanici spustila společnost FTV Prima 1. února 2013. Vysílá v multiplexu 3 a cílové publikum jsou muži ve věku 35+. Zaměření stanice je nicméně dokumentární, takže na rozdíl od Prima Love je genderově nevyhraněné. Spuštění stanice oznámili 10. ledna 2013²², licenci od Rady obdrželi 30. října 2012²³.

Grafický vizuál programu do třetice připravilo studio Oficina, avšak opustili typograficky jednoduchý styl. Unikátní je propojení s webovým serverem prima-zoom.cz, který doplňuje odvysílané dokumenty o další články a materiály, které téma doplňují a na nichž pracoval i bývalý editor internetové varianty *National Geographic*.²⁴ Krom toho si zajistili práva na umístění pořadů do volně přístupného internetového archivu u více než poloviny zakoupených pořadů.²⁵

Typické se pro stanici stalo jednoznačné denní zaměření premiérových bloků pořadů – v pondělí Největší katastrofy, v úterý Po stopách historie, ve středu Fascinující příroda, ve čtvrtek Zaostřeno na války, v pátek Úžasné oceány, v sobotu Zázraky z říše zvířat a v neděli Tajemství vesmíru. Ve skupině 15+ měla Prima Zoom po prvním měsíci měření v únoru 3,34 %.²⁶ V prosinci 2013 měla 1,92 %.²⁷

²⁰ VEVERKA, Lukáš. Zlatý Promax za Prima LOVE. In: *Design Portál: magazín o designu a grafice* [online]. 14.07.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://www.designportal.cz/motion_design/prima-love-zlaty-promax.html.

²¹ Prima Love začne vysílat na MDŽ, program má pro "dámy, které nepřestaly doufat". In: *IDnes.cz* [online]. 17.02.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/prima-love-zacne-vysilat-na-mdz-dmx-/televize.aspx?c=A110217_143058_televize_jaz.

²² AUST, Ondřej. Dokumentární Prima Zoom, čtvrtý kanál Primy, odstartuje 1. února. In: *Mediář* [online]. 10.01.2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/dokumentarni-prima-zoom-ctvrty-kanal-primy-odstartuje-1-unora/>.

²³ RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 30.10.2012. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2826765.pdf>.

²⁴ AUST, Ondřej. Dokumentární Prima Zoom, čtvrtý kanál Primy, odstartuje 1. února. In: *Mediář* [online]. 10.01.2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/dokumentarni-prima-zoom-ctvrty-kanal-primy-odstartuje-1-unora/>.

²⁵ POTŮČEK, Jan. Startuje Prima Zoom, čtvrtý kanál skupiny Prima. Nenaladí ho ale všichni. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.02.2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/startuje-prima-zoom-ctvrty-kanal-skupiny-prima-nenaladi-ho-ale-vsichni/>.

²⁶ Prima Zoom skončila po měsíci měření na 3,34%. In: *Mediaguru* [online]. 01.03.2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://www.mediaguru.cz/2013/03/prima-zoom-skoncila-po-mesici-mereni-na-334/#_U3JVqumKC71.

²⁷ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

2.4 Nova Cinema

Spuštění doplňkového kanálu spadající pod společnost CET 21 proběhlo 1. prosince 2007. Pro upřesnění, v té době vysílal i kanál Galaxie Sport, který fungoval od roku 2002 a který se nejprve dostal k vlastníkovi Primy, pak přešel k Nově a k jeho přejmenování na Nova Sport došlo v roce 2008.²⁸ V říjnu 2007 obdržela Nova Cinema licenci k satelitnímu vysílání²⁹ a při prosincovém spuštění tedy byla dostupná jen z družice a dále v nabídce některých kabelových operátorů. Na počátku vysílal kanál ve všední dny od 12 hodin, o víkendech o hodinu dřív. Obsah tvořila bezvýhradně americká produkce, zaměřovala se na filmy a seriály, přestože zákon požadoval, aby televizní projekty zahrnovaly i z padesáti procent evropskou tvorbu.³⁰ Do druhého multiplexu pozemního digitálního vysílání byla Nova Cinema zařazena od 15. prosince 2008, licenci získala za dohodu s Radou pro rozhlasové a televizní ohledně plánu přechodu z analogového vysílání na digitální.³¹

Po roce vysílání měla Nova Cinema denní share kolem 1 %, zařazení mezi bezplatně dostupné kanály následně pomohlo akcelarovat zájem diváků – v únoru 2012 kanál dosáhl sledovanosti skoro šest procent.³² Za prosince 2013 měl průměrnou denní sledovanost 4,47 % ve skupině 15+.³³

2.5 Fanda

Vysílání své třetí bezplatně dostupné stanice začala firma CET 21, majitel televize Nova, 14. července 2012. V ten den začala být dostupná přes satelit a kabel, do pozemního vysílání vstoupila až od 24. srpna 2012. Zařadila se do multiplexu 4, kde

²⁸ POTŮČEK, Jan. Je správné přejmenovat Galaxii sport na Nova sport?. In: *DigiZone.cz* [online]. 07.09.2008 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/je-spravne-prejmenovat-galaxii-sport-na-nova-sport/>.

²⁹ KÁLAL, Jan. Druhá Nova má satelitní licenci a odmítá být "evropskou". In: *DigiZone.cz* [online]. 25.10.2007 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/druha-nova-ma-satelitni-licenci-a-odmita-byt/>.

³⁰ POTŮČEK, Jan. Nova Cinema má licenci, odstartuje nejpozději v březnu. In: *DigiZone.cz* [online]. 26.10.2007 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/nova-cinema-nejpozdeji-v-breznu/>.

³¹ POTŮČEK, Jan. Z Novy Cinema se stal neplacený, povinný program v kabelu a IPTV. In: *DigiZone.cz* [online]. 12.12.2008 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z-novy-cinema-se-stal-neplaceny-program/>.

³² Startuje Fanda. Jak na trhu rostly nové TV kanály?. In: *Mediaguru* [online]. 14.07.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2012/07/startuje-fanda-jak-na-trhu-rostly-nove-tv-kanaly/#.UxTQq-mPK70>.

³³ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

tak měla přibližně 75% pokrytí.³⁴ Zprovoznění nových vysílačů do konce listopadu pak rozšířilo dosah kanálu o dalších deset procent.³⁵

Žádost o licenci k vysílání přijala Rada dne 23. srpna 2011, tehdy ještě pod označením Kanál 5. Už v žádosti směřované k RRTV bylo přesně vymezeno, jaká je podoba kanálu Fanda. Základní obsahová charakteristika vyzdvihuje úlohu sportovních pořadů, dokumentů a dramatické tvorby, a to se zaměřením na mužské cílové publikum.³⁶

Marek Kindernay, tehdejší ředitel kanálů FANDA a Nova Sport, řekl: "V programu se zaměříme na premiérové seriály, filmy a sport, včetně v České republice neprávem opomíjeného fightingu jako je například box nebo wrestling. Divákům přineseme také unikátní dokumenty a v neposlední řadě také erotický obsah."³⁷

Po prvním měření sledovanosti v říjnu 2012 dosáhla stanice Fanda za týden v průměru 1,03 % ve věkové skupině 15+.³⁸ V prosinci 2013 byla sledovanost 1,47 %.³⁹

2.6 Smíchov

Provoz kanálu Smíchov odstartovala společnost CET 21 den před Štědrým dnem – 23. prosince 2012. O licenci bylo zažádáno pouze měsíc před spuštěním, schválena byla 4. prosince 2012.⁴⁰ V pozemním vysílání byla zařazena do multiplexu 4.⁴¹

Programově se kanál vyhraňuje na oblast humorných pořadů. V programové specifikaci u licenčního řízení je sice uváděna "dramatická a dokumentární tvorba", ale dokumenty nejsou žánrem, který by se na Smíchově vyskytoval. Jinak převážnou část tvoří produkce americká s několikaprocentním zastoupením evropské tvorby. Kanál

³⁴ POTŮČEK, Jan. Fanda vstupuje do DVB-T. Ode dneška ho naladíte v multiplexu 4. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.08.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/fanda-vstupuje-do-dvb-t-ode-dneska-ho-naladite-v-multiplexu-4/>.

³⁵ Multiplex 4 a novácká televize Fanda míří do dalších lokalit. In: *RadioTV* [online]. 14.11.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/multiplex-4-a-novacka-televize-fanda-miri-do-dalsich-lokalit/.

³⁶ RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 23.08.2011. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2334613.pdf>.

³⁷ TV Nova spouští svůj pátý kanál - TV Fanda. In: *Parabola.cz* [online]. 11.07.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/4697/tv-nova-spousti-svuj-paty-kanal-tv-fanda/>.

³⁸ AUST, Ondřej. Fanda měl první měřený týden podíl přes 1 %. Nejvíc diváků přilákal fotbal a box. In: *Mediář* [online]. 09.10.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/fanda-mel-prvni-mereny-tyden-podil-pres-1-nejvic-divaku-prilakal-fotbal-a-box/>.

³⁹ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

⁴⁰ RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 04.12.2012. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2939350.pdf>.

⁴¹ Kde a jak naladit TV Smíchov. Dnes startuje. In: *Parabola.cz* [online]. 23.12.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/4864/kde-a-jak-naladit-tv-smichov-dnes-startuje/>.

nemá specifickou cílovou skupinu.⁴² V textech televizních recenzentů se objevovala kritika recyklace obsahu.⁴³

Za únor 2013, kdy se sledovanost poprvé měřila, měl Smíchov ve skupině 15+ průměrnou sledovanost 0,61 %.⁴⁴ V prosinci 2013 byl podíl 1,02 % diváků.⁴⁵

2.7 Telka

Dosud poslední část televizního portfolia CET 21 a v pořadí sedmá stanice začala jako Telka vysílat 22. února 2013 a propagována byla jako dárek televize Nova svým divákům k 19. výročí od svého startu.⁴⁶ Rada pro rozhlasové a televizní vysílání udělila licenci 5. února 2013.⁴⁷ Televizi se shodným jménem původně plánoval zřídit Radim Pařízek, ale došlo k postupnému odkládání a místo ní disponuje kanálem Pohoda.

Programová náplň v obsahu licenčního usnesení naznačovala, že Telka bude pro Novu způsobem, jak využít dlouholetou zásobu svých pořadů. Skladba je následující: "dramatická tvorba, zábava, zpravodajství a publicistika archivní povahy."⁴⁸ Podobně jako Smíchov i Telka byla za programovou nabídku kritizována.⁴⁹

Po prvním týdnu vysílání byla sledovanost ve skupině 15+ na úrovni 0,68 %⁵⁰, v prosinci 2013 dosahovala podílu 1,26 %.⁵¹

2.8 TV Barrandov

Televize Barrandov spustila vysílání 11. ledna 2009. Licenci získala společnost Barrandov Televizní Studio pro plnoformátovou programovou stanici (třetí komerční

⁴² RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 04.12.2012. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2939350.pdf>.

⁴³ SPÁČILOVÁ, Mirka. Staronová TV Smíchov připomíná skládku pro použitou legraci. In: *IDnes.cz* [online]. 24.12.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/nova-tv-smichov-0i4-filmvideo.aspx?c=A121221_125843_filmvideo_spm.

⁴⁴ Prima Zoom skončila po měsíci měření na 3,34%. In: *Mediaguru* [online]. 01.03.2013 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/03/prima-zoom-skoncila-po-mesici-mereni-na-334>.

⁴⁵ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

⁴⁶ Nova spustí svůj sedmý kanál Telka na konci února. In: *Mediaguru* [online]. 29.01.2013 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/01/nova-spusti-sedmy-kanal-telka-na-konci-unora/>.

⁴⁷ RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 05.02.2013. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/3002419.pdf>.

⁴⁸ Tamtéž.

⁴⁹ SPÁČILOVÁ, Mirka. GLOSA: Telka oprášila Do-re-mi a bude hůř, vrátí se i Hogo Fogo. In: *IDnes.cz* [online]. 22.02.2013 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/vysila-stanice-telka-0rq-televize.aspx?c=A130222_150850_filmvideo_spm.

⁵⁰ Telka zatím se sledovaností pod jedno procento. In: *RadioTV* [online]. 05.03.2013 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/telka-zatim-se-sledovanosti-pod-jedno-procento/.

⁵¹ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

vedle Novy a Primy).⁵² Licence na digitální vysílání byla přitom Televizi Barrandov dána už v roce 2006, ale soud na stížnost Novy a Primy rozhodnutí zrušil, a tato nová televize tak mohla začít vysílat až se vstupem diginovely v roce 2009 v platnost. Většinovým majitelem této stanice byla v době zahájení třinecká společnost Moravia Steel podnikatele Tomáše Chrenka.⁵³ V září 2012 odkoupila TV Barrandov firma Empresa Media pod vedením Jaromíra Soukupa.⁵⁴ Ten následně figuroval na ředitelském postu, dokud ho na pět měsíců od listopadu 2013 nezastoupil bývalý ředitel TV Nova Vladimír Železný.⁵⁵

Cílovou skupinou byli v době zahájení lidé kolem třiceti let z měst.⁵⁶ Vedení televizní stanice mělo v plánu nabourat tehdejší rozložení sledovanosti, dosáhnout během roku tři až pěti procent a po čtyřech letech být na deseti až patnácti procentech.⁵⁷ Kromě pořízení zahraničních akvizic v podobě seriálů či filmů přišla Televize Barrandov hned z počátku s velkou dávkou originálních projektů – zábavná show *Koko TV*, sitcom *Cyranův ostrov*, politická satira *Zuzany Bubílkové*, talk show Jana Saudka, amatérská videa *Ukaž se* nebo zpravodajství *90 minut*.

"Z hlediska ambice uspět na televizním trhu nebyl start TV Barrandov špatný, kladně lze hodnotit příchod některých nových tváří a formátů, které mohou být alternativou k dosavadní nabídce na trhu," namítá Milan Šmíd z katedry žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze. "Z hlediska obsahu nastavila Barrandov TV laťku kvality televizní zábavy na „kameňáckou“ úroveň, což kladně hodnotit nelze. Ovšem jakýkoli odsudek je zatím předčasný. Soudím pouze z předvedených promo ukázek."⁵⁸

⁵² RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 14.05.2013. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/3198748.pdf>

⁵³ TV Barrandov startuje na satelitu, DVB-T, kabelu a IPTV. In: *Parabola.cz* [online]. 11.01.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/3385/tv-barrandov-startuje-na-satelitu-dvb-t-kabelu-a-iptv/>.

⁵⁴ MIKULKA, Milan. Vlivný podnikatel Soukup koupil od Chrenka TV Barrandov. Televize je ve ztrátě. In: *Ihned.cz* [online]. 12.09.2012 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-57447600-vlivny-podnikatel-soukup-koupil-od-chrenka-tv-barrandov-televize-je-ve-ztrate>.

⁵⁵ PAVEC, Michal. Železný se ujal TV Barrandov. Zakladatel Novy ožíví i své Volejte řediteli. In: *Ihned.cz* [online]. 01.11.2013 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-61124070-zelezny-se-ujal-tv-barrandov-zakladatel-novy-ozivi-i-sve-volejte-rediteli>.

⁵⁶ TV Barrandov startuje na satelitu, DVB-T, kabelu a IPTV. In: *Parabola.cz* [online]. 11.01.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/3385/tv-barrandov-startuje-na-satelitu-dvb-t-kabelu-a-iptv/>.

⁵⁷ POTŮČEK, Jan. Janka Vozárová: TV Barrandov chce oslovit neseriálového diváka. In: *DigiZone.cz* [online]. 06.01.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/janka-vozarova-tv-barrandov-chce-oslovit/>.

⁵⁸ POTŮČEK, Jan. TV Barrandov pět dní po startu: sledovanost neznámá, konkurence opatrná. In: *DigiZone.cz* [online]. 15.01.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-barrandov-pet-dni-po-startu-sledovanost/>.

Během prvního měsíce vysílání se stanici podařilo dosáhnout necelého jednoho procenta podílu⁵⁹, v prosinci 2013 měla TV Barrandov ve skupině 15+ sledovanost 4,63 %.⁶⁰

⁵⁹ Na TV Barrandov se dívá jedno procento diváků. In: *Novinky.cz* [online]. 27.02.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/162483-na-tv-barrandov-se-diva-jedno-procento-divaku.html>.

⁶⁰ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

3. Digitalizace českého televizního vysílání

Proces přechodu od analogového způsobu šíření pozemního signálu k digitálnímu není výlučně českou záležitostí. Změna za účelem zefektivnění kapacity se ve světě začala řešit dříve a hlavním úkolem byla společná standardizace. V roce 1991 byla vytvořena mezinárodní evropská skupina pro zahájení vysílání digitálního videosignálu (ELG–DVB). Výsledkem bylo v září 1993 memorandum, které podepsalo 83 subjektů (ve smyslu vysílatelů, nikoli státních útvarů). Česká republika přistoupila k projektu v roce 1994.⁶¹

DVB neboli Digital Video Broadcasting má tři podoby: DVB-T (terestrický), DVB-S (satelitní) a DVB-C (kabelový)⁶². Zatímco digitální satelitní vysílání kanálů Prima nebo Česká televize začalo už v roce 1997⁶³, pozemní vysílání čekala složitější cesta. Přitom v Británii nebo v USA se digitální terestrický příjem objevil již v roce 1998.⁶⁴ V Anglii začínali se šesti multiplexy o 36 programech, ale zvolili komerční model, kdy byl přístup k tomuto vysílání zpoplatněn, což mělo za následek malé množství zájemců, a tak nakonec některé multiplexy převzala stanice veřejné služby BBC.⁶⁵ Při pohledu na menší evropské státy zjistíme, že změna proběhla také brzy – ve Finsku v roce 2000 byly dva multiplexy s 12 programy⁶⁶, v Nizozemsku se v roce 2002 rozdělilo celkem pět multiplexů⁶⁷.

V roce 1999 teprve Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání odsouhlasila experimentování. Od roku 2000 a během dalších let fungovalo digitální vysílání pouze ve formě testování.⁶⁸ To se konalo v oblasti Prahy, jeden multiplex spravovaly České Radiokomunikace a. s., druhý Czech Digital Group a. s.⁶⁹ Koncepci digitalizace vysílání schválila v roce 2000 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a v následujícím roce rovněž tehdejší vláda.⁷⁰ Od roku 2004 získala licenci k testování provozu společnost Český Telecom (později Telefónica O2). Existovaly tak tři okruhy, označované A, B, a C. Okruh A, který měly v licenci Radiokomunikace, se od 21. října 2005 stal prvním

⁶¹ DUSPIVA, Zdeněk. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*. Praha: Votobia, 2004, str. 14.

⁶² Jako čtvrtý bývá uváděn ještě DVB-H, který je určen pro mobilní zařízení.

⁶³ DUSPIVA, Zdeněk. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*. Praha: Votobia, 2004, str. 19.

⁶⁴ Tamtéž, str. 14.

⁶⁵ Tamtéž, str. 38.

⁶⁶ Tamtéž, str. 40.

⁶⁷ Tamtéž, str. 40.

⁶⁸ Tamtéž, str. 20.

⁶⁹ BEDNÁŘ, Jiří. *Digitální televize: [populární průvodce technologií DVB-T]*. 1. vyd. Praha: Sdělovací technika, 2006, str. 54.

⁷⁰ DUSPIVA, Zdeněk. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*. Praha: Votobia, 2004, str. 14.

řádným prostředkem digitálního vysílání. Ustavený multiplex zahrnoval ve vysílání ČT1, ČT2, ČT24, TV Novu a pěti stanic Českého rozhlasu.⁷¹ Nejprve se vysílalo v oblasti Prahy a Středočeského kraje, v prosinci 2005 se pokrytí rozšířilo o oblast Brna a v únoru 2006 i Ostravsko.⁷²

V roce 2006 vydal Český telekomunikační úřad Technický plán přechodu na digitální vysílání. Kromě toho, že obsahoval časový seznam nahrazování analogového vysílání digitálním, které mělo být dokončeno k 10. říjnu 2010, došlo v této době také ke změně v názvech multiplexů. Namísto písmenného značení jednotlivých okruhů se přešlo k číselnému a byl ustaven multiplex 1 sestávající se z veřejnoprávního televizního a rozhlasového vysílání, který spravuje právě Česká televize, zatímco zbytek se překloupil do multiplexů 2, 3 a 4.⁷³ Postupný proces přechodu byl nezbytný, protože nebylo možné v jednu chvíli vypnout všechny analogové vysílače a spustit digitální přenos. Minimálně jednou z překážek byli diváci, kteří si pro příjem nového způsobu přenosu signálu museli pořídit zařízení set-top box, které bylo schopné přijímat digitální signál a převádět ho do podoby, na niž byly dřívější modely televizorů uzpůsobené. Produkce nových televizních přijímačů již v sobě měla technický základ pro příjem DVB-T zahrnutý.

K vypnutí analogového vysílání v Praze došlo začátkem roku 2009, vůbec první oblastí bez analogu bylo Domažlicko v srpnu 2007.⁷⁴ Technický plán z roku 2006 počítal s tím, že vypnutí posledního analogového vysílače nastane koncem roku 2010, v reálu došlo k odkladu, který ale nebyl výrazný. Formální konec analogového vysílání nastal 11. listopadu 2011. Výjimku tvořily vysílače na Jesenicku a Zlínsku.⁷⁵ Pro ně platil termín ukončení vysílání 30. června 2012, ale poslední zdejší vysílatel TV Nova vypnul vysílání 12. února 2012.⁷⁶ Provozovatelé jednotlivých celostátních multiplexů

⁷¹ BEDNÁŘ, Jiří. *Digitální televize: [populární průvodce technologií DVB-T]*. 1. vyd. Praha: Sdělovací technika, 2006, str. 54.

⁷² KÁLAL, Jan. Stručná historie digitalizace v České republice. In: *DigiZone.cz* [online]. 20.07.2007 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/strucna-historie-digitalizace-v-ceske-republice/>.

⁷³ BURDA, Jan. ČTÚ zveřejnil Technický plán přechodu na digitální vysílání. In: *Digitální televize* [online]. 02.08.2006 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digitalnitelevize.cz/magazin/dvb-t/prechod-na-dvb-t/ctu-zverejnil-technicky-plan-prechodu-na-digitalni-vysilani-tpp.html>.

⁷⁴ Analogové vysílání v Česku definitivně skončilo. Budoucnost bude patřit hybridnímu. In: *IHned.cz* [online]. 30.11.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-53897210-analogove-vysilani-v-cesku-definitivne-skoncilo-budoucnost-bude-patrit-hybridnimu>.

⁷⁵ ŠESTÁK, Martin. Analog se loučí, digitalizace zvítězila. In: *Česká televize* [online]. 11.11.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/142334-analog-se-louci-digitalizace-zvitezila/>.

⁷⁶ POLÁK, Lukáš. Analog zmizí z mapy České republiky. Zítra ho vypne Nova. In: *DigiZone.cz* [online]. 11.02.2012 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/analog-zmizi-z-mapy-ceske-republiky-zitra-ho/>.

zůstali stejní, pouze Telefónica O2 převedla v roce 2012 svůj multiplex 4 na společnost Digital Broadcasting s. r. o.⁷⁷

Současným standardem formátování obrazu, který je určen pro šíření po DVB-T je mpeg2, další rozvoj je směřován k užití standardu mpeg4, který umožňuje přenos většího množství obrazových informací, jinými slovy umožnit standardní vysílání ve vysokém rozlišení (tzv. HD má poměr 1920 na 1080 pixelů). To už se v současné době v některých multiplexech objevuje, zařazeny jsou kanály ČT1 HD a Nova HD ve čtvrtém multiplexu, navíc jsou součástí některých regionálních sítí.⁷⁸ Zároveň probíhá testování možnosti použití sítě DVB-T2, kde by mohl být vysílán i obraz ve kvalitě UltraHD⁷⁹, ale hlavně by měl uvolněný prostor umožnit rozvoj tzv. hybridních televízí⁸⁰, které klasický model příjmu signálu doplňují o interaktivní propojení diváka s internetem a přístupem k videoarchívům.

3.1 Přehled televizních stanic éry digitálního vysílání

Přechod od analogu zvýšil využitelnost kmitočtů, a tak zůstávalo pouze otázkou času, jak tento prostor vyplnit. Jak nám stále krátká historie digitálních programových stanic odhaluje, mnohdy se jednalo o jepičí život, protože nákladný byznys provozu televizní stanice nemá rychlou návratnost investic. Kromě osmi zkoumaných stanic proto v této části zmíním další televizní projekty, které byly, měly být nebo ještě stále jsou k dispozici příjemcům, některé celoplošně, jiné regionálně.

Nový prostor přednostně využila Česká televize. V roce 2005 přidala ke stávající dvojici kanálů zpravodajskou stanici **ČT24**. Ta začala nejprve vysílat v kabelové a satelitní síti od května, do terestrické sítě byla zařazena od 21. října 2005 k ostatním veřejnoprávním kanálům. Program stanice je z valné většiny složen z vlastního obsahu, který je převážně zpravodajský a publicistický. Od 10. února spustila Česká televize rovnou v terestrické síti kanál **ČT4 Sport** (známý také jako ČT4, od října 2012 vysílá jako ČT Sport). Důvodem byla zimní olympiáda, a tak mohla veřejnoprávní stanice

⁷⁷ POTŮČEK, Jan. Startuje „nový“ multiplex 4. Kde ho naladíte a co nabídne?. In: *DigiZone.cz* [online]. 25.06.2012 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/startuje-novy-multiplex-4-kde-ho-naladite-a-co-nabidne/>.

⁷⁸ ČT spouští ČT1 HD, ČT2 HD a ČT Sport HD v DVB-T. In: *Parabola.cz* [online]. 01.05.2013 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/4990/ct-spousti-ct1-hd-ct2-hd-a-ct-sport-hd-v-dvb-t/>.

⁷⁹ POLÁK, Lukáš. V Praze opět ožil test technologie DVB-T2, počítá i se šířením signálu Ultra HD. In: *DigiZone.cz* [online]. 27.02.2014 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/v-praze-opet-ozil-test-technologie-dvb-t2-pocita-i-se-sirenim-signalu-ultra-hd/>.

⁸⁰ KÜTNER, Dušan. Přechod na vysílání DVB-T2 by měl řídit stát, zavádění potrvá roky. In: *E15.cz* [online]. 06.11.2013 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://e-svet.e15.cz/technika/prechod-na-vysilani-dvb-t2-by-mel-ridit-stat-zavadeni-potrva-roky-1035579>.

pokryt větší množství obsahu. Po ukončení olympiády se čtvrtý kanál stal centrem sportovních pořadů. Od 1. září 2013 uvedla veřejnoprávní stanice zatím poslední programový kanál, který má dvě tváře – tvoří ho na dětské publikum cílené **ČT :D**, které vysílá od rána do osmi večer, a **ČT art**, které navazuje, vysílá až přes půlnoc a doplňuje kulturní obsah druhého programu kriticky ceněných filmů s titulky, hudby, divadla, literatury a umění. V prosinci 2013 byly podíly na sledovanosti následující: ČT24 – 4,36 %, ČT Sport – 2,09 %, ČT :D – 1,13 % a ČT art – 0,17 %.⁸¹

Ohledně komerčních subjektů Rada pro rozhlasové a televizní vysílání udělila šest licencí pro celoplošné vysílání už v dubnu 2005. Získaly je projekty Febio TV, TV Pohoda, TV Barrandov, Z1, Óčko a RTA. Kvůli sporům s dalšími žadateli došlo minimálně k nezaviněnému odkladu startu, nakonec se ale nejvýrazněji prosadila právě TV Barrandov, zatímco **Febio TV**, kterou připravoval někdejší dodavatel televizního obsahu Fero Fenič s úmyslem oslovit ekonomicky významnou cílovou skupinu a "vysílat zpravodajství, živou publicistiku, pořady o životním stylu, cestopisy, filmy, seriály a zábavné pořady a dokumenty"⁸², nikdy vysílat nezačala. **Óčko** jako hudební stanice skládající svůj program z pásem hudebních videoklipů, záznamů koncertů a zábavných pořadů s hosty měla výhodu, že již byla zavedeným subjektem, a to od roku 2002 přes satelit či kabelové operátory. Digitálně začala vysílat od července 2009. Nejprve byla zařazena v multiplexu 3, odkud krátce nato kvůli vysokým poplatkům odešla, v letech 2009 až 2012 byla ve čtvrtém multiplexu a od 25. června 2012 je opět v třetím multiplexu.⁸³ Její sledovanost v prosinci 2013 činila podíl 0,5 %⁸⁴. Majitel stanice Óčko, kterým je od roku 2005 mediální dům MAFRA, ještě v července 2013 vytvořil druhý kanál **Óčko Gold**, který měl v prosinci podíl na sledovanosti 0,29 %⁸⁵. Oba vysílají v multiplexu 3.

Stanice **Z1** byla zpravodajský kanál, který spadal pod společnost J&T⁸⁶ a který představoval konkurenci kanálu ČT24. Z těchto dvou však z dlouhodobého hlediska jednoznačně získala ČT24. S vysíláním začala soukromá stanice 1. června 2008

⁸¹ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

⁸² PETRUCHA, Dan. Problematika digitalizace televize na příkladu České televize [online]. 2007 [cit. 2014-04-06]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, str. 24.

⁸³ POTŮČEK, Jan. Óčko jde do multiplexu 3, bude celoplošné. V multiplexu 4 končí. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.06.2012 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/ocko-vstoupilo-do-multiplexu-3-bude-v-nem-celoplosne-v-multiplexu-4-konci/>.

⁸⁴ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

⁸⁵ Tamtéž.

⁸⁶ POTŮČEK, Jan. Zpravodajská televize Z1 končí, skupina J&T ji odmítá dál dotovat. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.01.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z1-konci-skupina-jt-ji-odmita-dal-dotovat/>.

v multiplexu 3⁸⁷, kromě pravidelné zpravodajské relace ekonomického zaměření nabízela vlastní publicistiku a magazíny nebo přebírané dokumenty. V létě 2009⁸⁸ došlo k reorganizaci, která měla vést ke zlepšení ekonomického stavu pomocí úspor. Z1 neměřila sledovanost elektronicky, její sledovanost v listopadu 2009 byla denně 204 tisíc diváků.⁸⁹ Nakonec 25. ledna 2011 skončila svůj provoz, vykazovala výraznou ztrátovost⁹⁰. Šlo o jeden z prvních výrazných projevů složitého konkurenčního prostředí, kdy komerční televize žijící z příjmů za reklamu čelily problémům na trhu, který zasáhla krize po roce 2008.

Za pouhé dva roky existence si složitým vývojem prošla **TV Pohoda**, kterou spravuje Radim Pařízek. I když získala licenci mezi prvními, nestihla využít kompenzační licenci⁹¹, která ji připadla po soudním procesu, start se odsouval⁹² a do vysílání vstoupila až 25. června 2012. Šlo přitom o neúplnou podobu – televize si přidala přídomek Pohoda Mini.⁹³ Vysílání v multiplexu 4 navíc doprovázely komplikace, kdy se avizovaný start opozdil o dvě hodiny. Hned v po třech dnech došlo k několikadennímu přerušení vysílání, které mělo technickou příčinu ve ztrátě dat.⁹⁴ Obsahově se vyhraňovala jako dětský a rodinný kanál.⁹⁵ Program vysílání přitom z počátku tvořilo regionální zpravodajství a rockové videoklipy.⁹⁶ Provoz ve fázi Mini chtěla změnit do prosince s pomocí Vladimíra Železného, který koupil podíl

⁸⁷ BERÁNEK, Jan. Nová televize Z1 začala vysílat. První byla reklama. In: *IHned.cz* [online]. 01.06.2008 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-25159450-nova-televize-z1-zacala-vysilat-prvni-byla-reklama>.

⁸⁸ KOIŠ, Juraj. Z1 nabíhá na ekonomický model a úsporný režim. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.09.2009 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z1-nabiha-na-ekonomicky-model-a-usporny-rezim/>.

⁸⁹ EICHLER, Pavel. Léčba Šámalem televizi Z1 prospívá, majitel už ji nechce zavřít. In: *IDnes.cz* [online]. 08.12.2009 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/lecba-samalem-televizi-z1-prospiva-majitel-uz-ji-nechce-zavrit-p63-domaci.aspx?c=A091208_160042_media_pej.

⁹⁰ POTŮČEK, Jan. Z1 ukončila vysílání, zmizela i z webu. Nahradila ji tisková zpráva J&T. In: *DigiZone.cz* [online]. 25.01.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z1-ukoncila-vysilani-zmizela-i-z-webu/>.

⁹¹ POLÁK, Lukáš. TV Pohoda požádá RRTV znovu o vydání licence pro DVB-T. In: *DigiZone.cz* [online]. 20.10.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-pozada-rrtv-znovu-o-vydani-licence/>.

⁹² POLÁK, Lukáš. Televize Pohoda odstartuje v únoru. In: *DigiZone.cz* [online]. 16.11.2011 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/televize-pohoda-odstartuje-v-únoru/>.

⁹³ POTŮČEK, Jan. TV Pohoda zahájila vysílání. Je hodně omezené a označuje se dovětkem „Mini“. In: *DigiZone.cz* [online]. 25.06.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-zahajila-vysilani-je-hodne-omezene-a-oznacuje-se-dovetkem-mini/>.

⁹⁴ POLÁK, Lukáš. TV Pohoda od pátku do dneška nevysílala. Vyhořelo jí úložiště dat. In: *DigiZone.cz* [online]. 02.07.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-uz-od-patku-nevysila-vyhorelo-ji-uloziste-dat/>.

⁹⁵ POTŮČEK, Jan. TV Pohoda zahájila vysílání. Je hodně omezené a označuje se dovětkem „Mini“. In: *DigiZone.cz* [online]. 25.06.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-zahajila-vysilani-je-hodne-omezene-a-oznacuje-se-dovetkem-mini/>.

⁹⁶ POLÁK, Lukáš. TV Pohoda má první živě moderovaný pořad ze studia - Rock Fest. In: *DigiZone.cz* [online]. 20.08.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-ma-prvni-zive-moderovany-porad-ze-studia-rock-fest/>.

ve společnosti.⁹⁷ Do provizorního vysílání zasáhla předčasně RRTV, která vedení televize přiměla, aby už během září zrušila režim Mini.⁹⁸

V průběhu roku 2013 získal Pařízek licenci na další kanál – Pohoda R, který začal vysílat od 9. září 2013 jako **REBEL**, cílí na rockovou muziku. Současně s tím se Pohoda přejmenovala na **RELAX** a přidala do vysílání nové pořady.⁹⁹ Pařízek je dále spolujednatel hudební stanice **RETRO**, která je dostupná v regionálním multiplexu.¹⁰⁰ V prosinci 2013 byl podíl na sledovanosti těchto stanic následující: RELAX – 0,19 %, REBEL – 0,11 % a RETRO – 0,14 %.¹⁰¹

Neuskutečnilo se vysílání **RTA**, neboli Regionální televizní agentury, která měla sdružovat zpravodajství z jednotlivých regionů. Dlouhodobě situaci ovlivňovala FTV Prima, které licence z roku 1998 určovala frekvence sdílené s výrobcí regionálního obsahu. Řešil se tak problém omezeného množství prostoru. Z počátku se jednalo o jednotlivá nezávislá studia, ale následně RTA Jaroslava Berky koupila pět zásadních studií v Brně, Ostravě, Českých Budějovicích, Zlíně a východních Čechách a společné fungování na jedné frekvenci působilo potíže.¹⁰² Ty vyvrcholily v lednu 2012, kdy Prima v důsledku nové licence změnila název hlavního kanálu na Prima family, přesunula se na jinou frekvenci a neměla povinnost zařazovat regionální vysílání.¹⁰³ O měsíc později ukončila RTA vysílání svých studií, nápravy se nedomohla ani soudní cestou.¹⁰⁴

Dvojici ambiciózních, ale neúspěšných projektů, které se dostaly do vysílacích multiplexů, byly **Public TV** a **TV Pětka**. Držitelem licence na vysílání Public TV byla společnost Totalpress, jako první se objevila v satelitní nabídce od června 2007, v červenci byla zařazena do tehdejšího multiplexu B. Měla být "soukromou televizí

⁹⁷ POTŮČEK, Jan. Vladimír Železný se vrací do hry. Koupil podíly v TV Pohoda a multiplexu 4. In: *DigiZone.cz* [online]. 17.02.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/vladimir-zelezny-se-vcaci-do-hry-pres-mux-4/>.

⁹⁸ POLÁK, Lukáš. TV Pohoda se vzdala režimu Mini. Hrozila jí pokuta od vysílací rady. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.09.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-se-vzdala-rezimu-mini-hrozila-ji-pokuta-od-vysilaci-rady/>.

⁹⁹ POLÁK, Lukáš. Radim Pařízek spouští kanály Relax a Rebel. Poradíme, kde a jak je naladit. In: *DigiZone.cz* [online]. 09.09.2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/radim-parizek-spousti-kanaly-relax-a-rebel-poradime-kde-a-jak-je-naladit/>.

¹⁰⁰ POTŮČEK, Jan. Radim Pařízek získal třetinový podíl v hudebním kanálu Retro Music Television. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.08.2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/radim-parizek-koupil-tretinovy-podil-v-hudebnim-kanalu-retro-music-television/>.

¹⁰¹ ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.

¹⁰² POTŮČEK, Jan. Diváci Primy se bouří, nechťejí vysílání RTA. In: *DigiZone.cz* [online]. 03.01.2007 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/divaci-primy-se-bouri-nechteji-vysilani-rta/>.

¹⁰³ HOFRICHTEROVÁ, Eva. Televize Prima změnila jméno. A hrozí jí soud. In: *Lidovky.cz* [online]. 03.01.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/televize-prima-zmenila-jmeno-a-hrozi-ji-soud-fm2-/media.aspx?c=A120103_090845_In-media_kim_.

¹⁰⁴ Regionální TV agentura ukončila vysílání šesti studií. In: *Novinky.cz* [online]. 03.02.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/258135-regionalni-tv-agentura-ukoncila-vysilani-sesti-studii.html>.

veřejné služby, prostřednictvím doprovodných multimediálních a interaktivních aplikací v digitálních sítích a spoluprací s ministerstvy či krajskými úřady plánuje kanál přispět ke komunikaci státních institucí s občany."¹⁰⁵ Od května 2008 změnila svůj profil na lifestylový obsah¹⁰⁶, ale vytvořila dluhy, které vedení vedlo 21. dubna 2011¹⁰⁷ k opuštění terestrického šíření signálu, na konci května skončila i v kabelové a satelitní nabídce.¹⁰⁸ Totalpress se dostal do insolvence a následně konkurzu.

TV Pětka byla v provozu od 15. října 2012 do 4. února 2013, tedy necelé čtyři měsíce. Program se sestával z vlastních pořadů zábavního charakteru, jednou z tváří stanice byla i Iveta Bartošová¹⁰⁹. Vlastníkem firmy byl Luboš Měkota, který Pětku inicioval jako celoplošný doplněk k regionální TV Metropol.¹¹⁰ Avšak obvinění v případě Mostecké uhelné přivedlo Měkotu do finančních potíží, protože vyšetřovatelé znemožnili nakládání obviněných manažerů se svými penězi.¹¹¹

Teleshoppingové a reklamní televize jsou typickým představitelem kanálů, které se podařilo prostřednictvím pozemního digitálního vysílání fakticky představit. Nejúspěšnější z nich je **Šlágr TV**, s licenci pro stejnojmennou společnost Karla Peterky, která vznikla v únoru 2012 a do pozemního vysílání vstoupila v listopadu 2012 v multiplexu 3. V prosinci 2013 měla Šlágr TV průměrný denní podíl na sledovanosti 1,52 %.

Její obsah tvoří prodej hudby žánrů lidové hudby, dechovky, country či folku. V žádosti o licenci byla také formulována představa dalšího programového obsahu: "komerčně pojaté tematické magazíny, zaměřené na cestování, sport, motorismus, životní styl, hobby či domácnost, tak i lifestylově zpracované informace z oblasti zábavy a hudebně kulturního života."¹¹² Společnost Karla Peterky získala v roce 2014

¹⁰⁵ AUST, Ondřej. Začala soukromá televize veřejné služby. In: *Ondřej Aust* [online]. 08.06.2007 [cit. 2014-04-07].

Dostupné z: <http://www.aust.cz/2007-06-08/zacala-soukroma-televize-verejne-sluzby/>.

¹⁰⁶ AUST, Ondřej. Public TV přešla od filmů k lifestylu. In: *Ondřej Aust* [online]. 26.05.2008 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.aust.cz/2008-05-26/public-tv-presla-od-filmu-k-lifestylu/>.

¹⁰⁷ AUST, Ondřej. Zadlužená Public TV přestala vysílat v pozemních digitálních sítích. In: *Mediář* [online]. 21.04.2011 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/zadluzena-public-tv-prestala-vysilat-v-pozemnich-digitalnich-sitich/>.

¹⁰⁸ AUST, Ondřej. Zadlužená Public TV končí vysílání. Neúspěch svádí i na mediální agentury. In: *Mediář* [online]. 31.05.2011 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/zadluzena-public-tv-konci-vysilani-neuspech-svadi-i-na-medialni-agentury/>.

¹⁰⁹ POLÁK, Lukáš. Vysílání televize Pětka odstartuje Iveta Bartošová. Bude mít vlastní reality show. In: *DigiZone.cz* [online]. 27.09.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/vysilani-televize-petka-odstartuje-iveta-bartosova-bude-tu-mit-vlastni-reality-show/>.

¹¹⁰ POTŮČEK, Jan. TV Metropol se nepřejmenuje, ani nezanikne. Pětka TV vznikne vedle ní. In: *DigiZone.cz* [online]. 07.09.2012 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-metropol-se-neprejmenuje-ani-nezanikne-petka-tv-vznikne-vedle-ni/>.

¹¹¹ AUST, Ondřej. Televize Pětka přestala vysílat, její management dostal výpověď. In: *Mediář* [online]. 04.02.2013 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/televize-petka-prestala-vysilat/>.

¹¹² RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 17.07.2012. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2716709.pdf>.

licenci na vysílání druhého programu, který byl od dubna 2014 zkušebně zařazen do multiplexu 4.¹¹³

Další projekt jedné z teleshoppingových stanic, které se na českém trhu pokusily uchytit, je **Active TV**, která vysílá od 22. dubna 2013, kdy byla zahrnuta do nabídky multiplexu 3. Na stanici Active TV získala licenci TV CZ s. r. o., ale jako vlastník bývá uváděn maďarský producent Ezo.TV. Ostrý start s plnohodnotnou programovou nabídkou byl inzerován až na září 2013.¹¹⁴, přestože na ni byly směřovány stížnosti za podvodné jednání v pořadech, kdy diváci telefonicky volají správnou odpověď, aby mohli vyhrát odměnu.

Další dva kanály zaměřené na přímý prodej produktů či služeb byly **TiP TV** a **Inzert TV**. První jmenovaná vysílala od 26. dubna do 1. července 2013 v multiplexu 3. Kvůli odchodu investora Radka Pažouta přerušila provoz.¹¹⁵ Na rok 2014 byl připravován její návrat, ovšem pouze v regionálním měřítku v multiplexu 4.¹¹⁶ Druhá jmenovaná Inzert TV se terestricky šířila v období 1. prosince 2012 až 31. ledna 2014 v multiplexu 4 a licence byla udělena firmě InzertMax,¹¹⁷ která se s krachem televizní stanice dostala do likvidace.¹¹⁸

V České republice dále působí řada televizí s regionálním dosahem v rámci terestrického vysílání. Mezi nejvýraznější patří stanice TV Noe (vysílá pořady související s náboženstvím a vírou), TV Metropol (pragocentrická lifestyleová stanice) nebo TV Regina (poradenství a vzdělávání zajímavou, zábavnou formou, životní styl, volnočasové aktivity, zábava, talk show¹¹⁹). Celkem existuje třináct regionálních sítí, kde se objevují stanice jako Plzeňská 1, Regionálnítelevize CZ, LTV Plus, RTM, Kino Svět, TV 13 nebo TV Polar.¹²⁰

¹¹³ AUST, Ondřej. Začala televize Country no. 1, druhý kanál Šlágru. In: *Mediář* [online]. 16.04.2004 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/zacal-vysilat-druhy-kanal-slagru-televize-country-no-1/>.

¹¹⁴ POTŮČEK, Jan. Active TV posunula ostrý start vysílání s novými pořady na září. Slibuje i akvizici. In: *DigiZone.cz* [online]. 04.07.2013 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/active-tv-posunula-ostry-start-vysilani/>.

¹¹⁵ POTŮČEK, Jan. TiP TV ukončila vysílání, v rychlosti zániku předčila dokonce i bulvární Pětku. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.07.2013 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tip-tv-ukoncila-vysilani-v-rychlosti-zaniku-predcila-dokonce-i-bulvarni-petku/>.

¹¹⁶ POLÁK, Lukáš. Inzertní televize Tip TV obnoví vysílání, šířena bude v zemském multiplexu 4. In: *DigiZone.cz* [online]. 16.04.2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/inzertni-televize-tip-tv-obnovi-vysilani-sirena-bude-v-zemskem-multiplexu-4/>.

¹¹⁷ POLÁK, Lukáš. Skončila další terestricky šířená stanice, Inzert TV už vysílání neobnoví. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.02.2014 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/skoncila-dalsi-terestricky-sirena-stanice-inzert-tv-uz-vysilani-neobnovi/>.

¹¹⁸ AUST, Ondřej. Teleshoppingová Inzert TV po roce a čtvrt skončila. In: *Mediář* [online]. 20.02.2014 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/teleshoppingova-inzert-tv-po-roce-a-ctvrt-skoncila/>.

¹¹⁹ RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 05.11.2013. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/3231439.pdf>.

¹²⁰ POTŮČEK, Jan. Regionálních multiplexů DVB-T v Česku přibývá, přichystali jsme jejich přehled. In: *DigiZone.cz* [online]. 09.05.2013 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/regionalnich-multiplexu-dvb-t-pribyva-prichystali-jsme-jejich-prehled/>.

4. Kategorie žánrů

Jednou z důležitých proměnných při klasifikaci sledovaných pořadů tvoří žánry, které určují tvůrčí limity při jejich tvorbě. Pro kategorizaci, která může nabývat rozličných hodnot, jsem jednak využil existující zahraniční šablonu a následně jsem si stanovil i vlastní originální strukturu. Zatímco přejatý akademický přístup se ve své podstatě více orientuje na obsahovou náplň pořadů, považoval jsem za důležité přistoupit k obsahu televizních stanic i s ohledem na jejich formální náležitosti a ze spojení těchto dvou kategorií tak dosáhnout co nejpřesnějšího výsledku ohledně rozmanitosti vysílacích stanic. Spíše než o žánry tak jde o formáty. "Bylo by špatné naznačovat, že užití žánrů je vždy jednoduché. Ne všechny kategorie jsou snadno identifikovatelné, žánry nezůstávají stabilní a některé umělecké obsahy jsou kombinací (hybridem) několika různých žánrů."¹²¹

4.1 Žánry podle *Television Genre Book*

Publikace *Television Genre Book* je editorským souborem Glena Creebera, v němž vyčleňuje několik žánrových poloh televizního vysílání a doplňuje je rozbory dalších autorů, kteří danou žánrovou kategorii specifikují i prezentujícím výběrem konkrétních děl z televizního programu. Dělení použité v této diplomové práci vychází z druhého přepracovaného vydání. V prvním tvořily žánrové kapitoly jenom drama, soap opera, komedie, popular entertainment, dětské vysílání a zpravodajství a dokument.¹²² Editor tak během sedmi let značně rozšířil své dílo, přičemž zdůvodňuje, že "je vždy důležité udržet na paměti, že teorie žánrů není exaktní věda, že je to stále se měnící a vyvíjející oblast studia se svými historickými debatami, tradicemi a akademickými přístupy. (...) Jakkoli jasná a přesná může vaše vlastní aplikace žánrů být, je vždy otevřená kritice a přehodnocení."¹²³

Co určuje definici žánru? Odkazují na Nicka Laceyho¹²⁴, který jako repertoár identifikačních elementů určuje aktéry, umístění, ikonografii, narativ a styl. Přestože

¹²¹ CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The Television Genre Book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str.1.

¹²² LAVERY, David. A Review of the *Television Genre Book*, Edited by Glen Creeber. *Television*. vol. 4, issue 3, s. 335-337. DOI: 10.1177/1527476403253989. Dostupné z: <http://tvn.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1527476403253989>.

¹²³ CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The Television Genre Book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 3.

¹²⁴ Tamtéž, str.5.

narativ a styl nemusí být v případě nepřiběhových televizních pořadů zcela zřejmý, lze je v nich nalézt.¹²⁵ Tato kritéria se vyskytují jak v publikaci *Television Genre Book*, tak je akceptují jako zásadní identifikátory vlastní kategorizace formátů.

4.1.1 Drama

Žánr dramatu v televizi je podle Nelsona doplňkem tradičním filmům uváděným v kinech¹²⁶, avšak pro potřeby kvantitativního výzkumu je nutné do této žánrové kategorie zapojit i nekomedialní filmy, protože uvádění zakoupených nebo spoluprodukovaných celovečerních filmů je jeden z hojně využívaných programových bodů.

Historickou zvláštností studia televizního dramatu je, že poměrně dlouho čekalo na svůj vstup do akademické sféry, která jej nepovažovala za hodnou svého zájmu. Je to dáno technickou podstatou ve vývoji televizního vysílání, které oproti dnešní situaci neumožňovalo opakované a kriticky hodnocené sledování.¹²⁷

Jako příklady podkategorií uvádí jednoduché hry, westerny, akční seriály, kriminální seriály, nemocniční seriály, sci-fi, dokudramata, minisérie, kostýmní dramata, seriály pro mládež a postmoderní seriály.

4.1.2 Soap opera

Žánr mýdlových oper se opírá o svou historickou tradici. "Označení opera je stopou k odhalení příčin soudů, které se často vůči tomuto žánru tvoří, stejně tak indikuje charakteristické emoce, zápletky a styly herectví."¹²⁸ Ve všech třech případech lze hovořit o romantizaci.

Typicky se projevuje serializovanou narativitou, která je rozsáhlá a postupná, zahrnuje v rámci dílu "polovičatě vyřešené konflikty, (...) emocionální zvraty, odhalení a přeorientování."¹²⁹

¹²⁵ NEALE, Steve. Genre and Television. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 5.

¹²⁶ NELSON, Robin. Studying Television Drama. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 14.

¹²⁷ Tamtéž.

¹²⁸ MCCARTHY, Anna. Studying Soap Opera. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 60.

¹²⁹ Tamtéž, str. 60.

Mimo soap oper, které název svého žánru odvozují od komerční podstaty zaměřené na ženy v domácnosti v Americe, ještě do této kategorie spadají telenovely.

4.1.3 Komedie

V návaznosti na problematiku přijetí televizního dramatu v odborných analýzách, se i u komedií zmiňuje podobný problém, který navíc vyplýval ze stereotypních vazeb s nízkou kulturou. Přitom v dnešní době je to základ televizní zábavy v USA i Británii.¹³⁰ "Podstata komedie zůstala otravně nepolapitelná."¹³¹ Zjednodušeně však můžeme mluvit o žánru, jehož cílem je u publika vzbudit smích a pobavit ho promyšlenou slovní, situační či groteskní strukturou.

V publikaci je představena interdisciplinární teorie humoru, která se nevztahuje pouze ke komedii v televizi. Uvádí se tři větve, které popisují vtip v jeho příčinách a následcích – nadřazenost, nepatřičnost a úleva.¹³²

Nejrozšířenějším projevem komedie v televizi jsou sitkomy, jako další podkategorie se v publikaci nacházejí narativní skečové pořady jako Monty Python's Flying Circus, ale i nové směry komedií pracující s iluzí reality. Pro potřeby kvantitativní výzkumné podstaty práce do tohoto žánru zařazují i filmy s komediální podstatou.

4.1.4 Dětské vysílání

"Dětské vysílání je neobvyklý žánr a jeho název je definován spíše lidmi, kteří jej sledují, než charakteristikou obsahu."¹³³

Dětské pořady tak jako žánrové vymezení zasahují pestrou škálu televizních formátů od hraných a animovaných seriálů a filmů až k moderovaným pásmům. Podstata jejich obsahu je bezvýhradně ovlivněna věkem diváka, kterému je určena. Publikace zmiňuje, že přirozeným opakem dětského je pořad pro dospělé, což se ale spojuje se sexuálním nebo pornografickým obsahem, přičemž ale platí opak, že právě

¹³⁰ MILLS, Brett. Studying Comedy. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 74.

¹³¹ Tamtéž, str. 74.

¹³² Tamtéž, str. 75.

¹³³ MESSENGER-DAVIS, Máire. Studying Children's Television. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 92.

pořady pro děti by neměly obsahovat sex.¹³⁴ Nicméně legislativně se objevují charakteristiky, které mají děti u televize chránit a vzdělávat.

Konkrétní analýzy podkategorií žánrů kniha neuvádí.

4.1.5 Zpravodajství

"Televizní zpravodajství se běžně prezentuje jako 'okno do světa', kdy jsou všechny události dne transparentně odhaleny k vidění pro všechny."¹³⁵ K žánru zpravodajství přistupují tvůrci publikace s kvalitativním a politickoeconomickým pohledem, který spíš než žánr sám vymezuje jeho pravdivost.

Můžeme zde nalézt napříč shodné žánrové propriety, které se neliší od mnou použité kategorie zpravodajství a publicistika, protože je zde forma obsahu a formát ve výrazné shodě.

Patří sem programové položky, které obsahují informování o událostech, jak jsou definovány různými mediálními teoriemi, např. teorií zpravodajských hodnot. Jde o televizní ekvivalent žurnalistiky.

4.1.6 Dokument

"Filmové vědy mají tendenci považovat dokument za konstruktéra speciálního druhu reality, toho, kde komplexní ontologické a epistemologické otázky jsou propojeny se specifickými politickými a sociálními intencemi."¹³⁶

Charakteristiky dokumentu se týkají jeho povahy, která nazírá na svět a prezentuje nefikční narativ, který informativně a edukativně formuluje záležitosti různé vědecké podstaty – od zkoumání přírody, přes zkoumání kultury a techniky až ke zkoumání civilizace. Tvůrce pořadu pracuje často jako zprostředkovatel zjištění, ale on sám není hybatelem tématu. Může nabývat podoby od observační až po aktivistickou, která má blízko k publicistice.

¹³⁴ Tamtéž, str. 92.

¹³⁵ LEWIS, Justin. Studying Television News. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 104.

¹³⁶ CORNER, John. Studying Documentary. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 123.

4.1.7 Reality TV

Reality TV vyrůstá na bázi faktické obsahu. "Dnes je charakterizována vysokým stupněm hybridizace (...) Tento nový mix se odkazuje k myšlence televize infotainmentu, kde primární cíle služby veřejnosti v podobě zábavy a opatření sociálně užitečných informacích splývají jedna v druhou."¹³⁷

Za období, které pro tento žánr znamenalo radikální vzestup a proměnu, jsou označována 90. léta minulého století, během kterých se termín užíval ve spojení s pořady sledujícími práci složek záchranného sboru nebo talk show, až se staly vlastní pořadům, které mají v centru pozornosti obyčejného člověka a používají aspekty běžného dne jako prostředky zábavy.¹³⁸

Jako konkrétní prvky, které determinují žánr reality TV, jsou uváděny: bezprostřední kamerový záznam, účastník z první ruky nebo očitý svědek, propojení skutečnosti se studiem a autoritou média a/nebo expertní stanoviska odborníků z oblasti záchranného sboru či psychologů.¹³⁹

4.1.8 Animovaná tvorba

Definování této žánrové skupiny se Paul Wells nutně dostává k dvojímu přístupu, a to animovaným výtvorům, jejichž příjemcem jsou děti, a dílům, které jsou určeny dospělému publiku s ohledem na obsah často užívající vulgaritu, tematiku sexu nebo komplikovaná témata.

"Animované pořady hrály vlastní roli v programech dětského vysílání (...) a staly se zásadním prvkem jejich celkové ekonomiky a profilování."¹⁴⁰

"V devadesátých letech nastal nárůst úspěšných televizních animovaných děl, která cílila na dospělé, respektive necílila tak specificky na děti."¹⁴¹

Tuto dualitu jsem v závislosti na kvantitativním výzkumu potlačil a žánr animované tvorby spojuji pouze s větví určenou dospělému divákovi, zatímco dětské animované pořady vkládám pod kategorii dětského vysílání.

¹³⁷ DOVEY, Jon. Introduction. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 134.

¹³⁸ Tamtéž, str. 134-136.

¹³⁹ Tamtéž, str. 134.

¹⁴⁰ WELLS, Paul. Studying Animation. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 152.

¹⁴¹ Tamtéž, str. 154.

4.1.9 Zábavní pořad (Popular Entertainment)

"Název kategorie podle všeho vyhovuje řadě různých a smíšených žánrů jmenovitě zde zmíněných pod záštitou širokou, ale příhodnou."¹⁴² Televize je v zásadě zábavní médium, takže značný podíl obsahu je zábavní, přesto má důvod vymezit žánr populární zábavy, který dokáže sdružit mnohé televizní projekty, které jsou pro dané médium unikátní. Spojuje je "nestydatý populistický a často komerční zájem."¹⁴³

Subkategorie tvoří vědomostní soutěže, talk show se známými osobnostmi, lifestyle, hudba, reklama či sport. Konkrétně sportovní pořady jsou rozděleny do tří podob – společenská událost, zpravodajství a propagace.¹⁴⁴ Pokud je součástí vysílání sportovní pořad, který má zpravodajský kontext, v průběhu kvantitativní analýzy ho zařazují do žánru zpravodajství, v případě, kdy se jedná o činnost pouze blízkou sportu, mající herní podstatu a formát je zábavní nebo magazínový, náleží do této kategorie.

4.2 Žánry podle vlastní kategorizace

Při stanovení vlastních kritérií jsem vycházel ze zkušenosti s českým televizním prostředím a snažil jsem se do výběru rovněž projektovat bílá místa, která zanechává kategorizace knihy *Television Genre Book*.

Moderní studia žánru nabízejí komplexnější přístup aplikování žánrů. Jako příklad dává Glen Creeber autorku Jane Feuer, která v roce 1992 určila tři úrovně vnímání žánrů – estetickou (jde o systém konvencí, který povoluje umělecké vyjádření), rituální (definuje vztah producenta a příjemce) a ideologickou (žánr jako nástroj kontroly, který prosazuje vládnoucí ideologickou moc).¹⁴⁵ Zatímco ideologickou úroveň žánrů používaných v českém vysílání by lépe objasnila diskursivní analýza, můj přístup nadále počítá s prvními dvěma úrovněmi, kdy formát zůstává jak platným ukazatelem pro diváka, tak je zásadní v samotné produkci.

Celkem jsem dospěl ke stejnému počtu variant, kterých kategorie žánru může dosahovat, jako u převzaté struktury, tedy devíti – film, seriál, zpravodajství a

¹⁴² MILLER, Toby. The Populist Debate. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 159.

¹⁴³ BROOKES, Rod. Sport. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str. 170

¹⁴⁴ Tamtéž, str. 170.

¹⁴⁵ CREEBER, Glen. Genre Theory. In: CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The television genre book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, str., str. 2.

publicistika, magazín, zábavní show, reality show, sportovní pořad, teleshopping, soutěžní pořad.

4.2.1 Film

Formát filmu představuje jednoznačně rozlišitelnou položku vysílání. Klasifikují jím ty body vysílacího schématu, které disponují uceleným hraným, animovaným nebo dokumentárním vyprávěním, které je rozsahem jak celovečerní, tak i krátkometrážní. Většinou je tento formát prvně uváděn v kinech a posléze ho do programu zařazují televizní stanice, ale spadají sem i produkty vlastní televizní produkce. Vyznačuje se uzavřeností, která je v protikladu s provázaností seriálové tvorby o více dílech.

4.2.2 Seriál

Formát seriálu je variací na formát filmu, má dva základní rozdílné projevy – délka pořadu je kratší, běžně v rozmezí dvaceti až šedesáti minut včetně reklamních bloků, a je vytvořen jako kontinuální vyprávění rozprostřené napříč větším množstvím částí. Jinak může nabývat rysů hraného, animovaného nebo dokumentárního vyprávění. Bývá vždy produktem určeným přímo pro televizní vysílání.

4.2.3 Zpravodajství a publicistika

Formát zpravodajství a publicistiky definuje skrze jejich žurnalistickou náplň, která se projevuje zprostředkováním aktuálních, společensky důležitých informací z politiky, ekonomiky či kultury, dále aktivní účastí funkcí moderátorů, reportérů a redaktorů a použitím standardních novinářských žánrů jako zpráva, reportáž, rozhovor, diskuse či analýza.

4.2.4 Magazín

Formát magazínu představuje variací na zpravodajské pořady. Disponuje také osobami komunikujícími přímo s divákem v podobě moderátorů a reportérů a je tvořen několika jednotlivými ucelenými audiovizuálními příspěvky na vybrané téma, ale ty nejsou vybrány na základě stejných tematických kritérií, nýbrž tvoří odlehčený

spotřebitelský servis, který informuje o nevážných, neaktuálních nebo kulturně specifických projevech a zálibách.

4.2.5 Zábavní show

Formát zábavní show nabývá ve většině případů podoby hudební (koncerty), divadelní (scénky a skeče), verbální (talk show), herní (skupiny nebo jednotlivci proti sobě) nebo dovednostní (talentové show). Účinkující, kteří se účastní některé z těchto disciplín, mohou být profesionálové, ale i amatéři a cílem tohoto typu pořadu je bavit diváky vystoupením zasazeným mimo fikční diegetický rámec. Jde o druh představení s přítomným publikem, které bývá televiznímu divákovi obrazově zprostředkováno.

4.2.6 Reality show

Formát reality show má podobně jako předcházející kategorie zábavní funkci, ale pracuje s mírou autentičnosti, která se pohybuje třemi směry. Buď sleduje neherce, autentické, obyčejné lidi v přirozeném prostředí mimo televizní studio a kontrolované prostředí, nebo tyto osoby umísťuje do zkonstruovaného prostředí, které uměle evokuje skutečnost, nebo mohou účinkující být televizní moderátoři či reportéři, kteří jsou umístěni do reálného prostředí, vlastně běžné situace, kterou svým prožíváním zprostředkovávají divákovi.

4.2.7 Sportovní pořad

Formát sportovního pořadu jsem ustavil z důvodů výlučného typu programových bodů zabývajících se sportem. Sport také bývá hojně námětem tematicky specifických vysílacích stanic, které ale ve výzkumu nezařazují. Standardním příkladem tohoto formátu jsou přenosy ze sportovních událostí, ať už živě nebo ze záznamu. Započítávám sem i komentáře sportovních výkonů uspořádané ve studiu s moderátorem a jeho hosty. V případě žánrů podle Television Genre Book zařazují sportovní přenosy mezi zpravodajství, ale jako formát je to natolik specifické, že sportovní pořady tvoří samostatnou kategorii.

4.2.8 Teleshopping

Formát teleshoppingu je zástupcem reklamního sdělení, které není součástí bloku krátkých propagačních klipů tvořící předěly mezi pořady a přerušující je, ale představuje svébytný programový bod vysílání. Nabývá většinou podoby prezentace výrobků s přesvědčovací dikcí moderátorů a součástí je přesné informování o způsobu pořízení výrobku, a to telefonní komunikací. Výzkum se nezabývá podílem reklamního prostoru na vysílacím čase, ale tato podoba reklamy nabývá atributů běžného televizního pořadu natolik, že je jmenovitě uváděna v programech. Zde je nutné podotknout, že o vysílání teleshoppingu stanice informují s různou mírou otevřenosti.

4.2.9 Soutěžní pořady

Formát televizních soutěží má charakter hry, jejímž cílem je dosažení odměny, která nabývá podoby peněžní či hmotné. Některé zábavní show a reality show mohou s prvky soutěže nebo hry o výhru také pracovat, ale konkrétně pro tento formát je specifické, že mají většinou vědomostní podstatu, a tak soutěžící nehrají tolik proti sobě jako hlavně sami se sebou a divákům není nabízena zábava, ale ponaučení a otestování vlastních znalostí. Aktéři soutěže nejsou profesionálové z mediální branže ani známé osobnosti, v opačném případě získává navrch zábavní složka, protože nejde o sledování otázek a odpovědí, ale o vystupování a reakce celebrit.

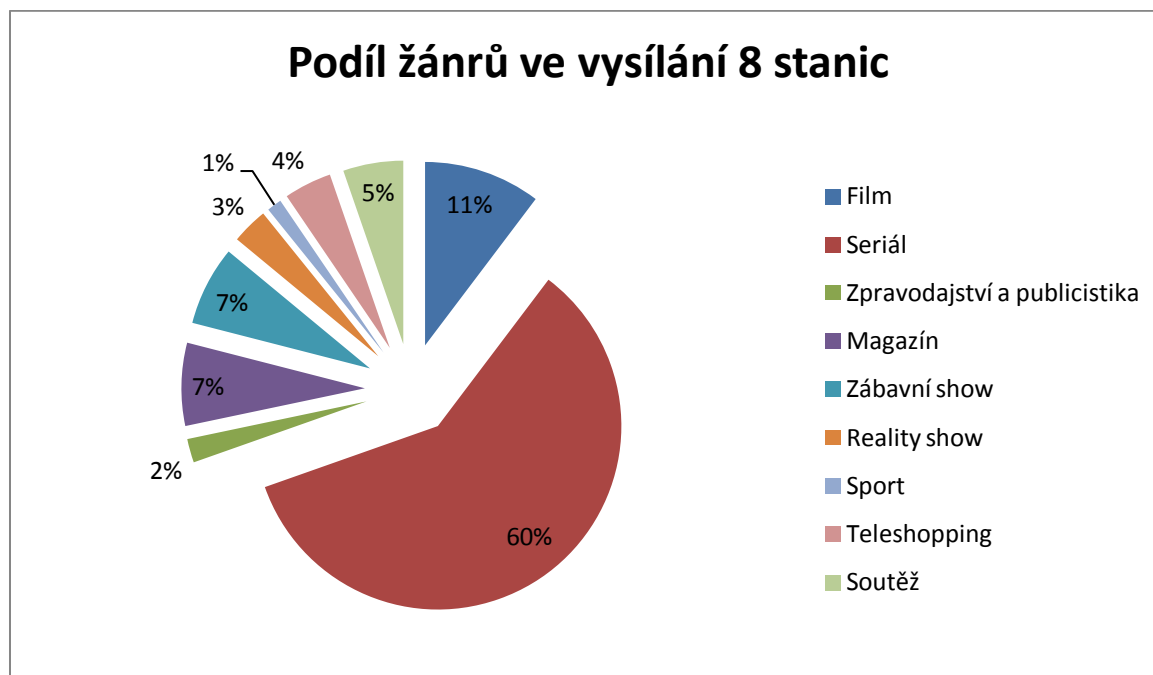
5. Výsledky kvantitativní analýzy

V průběhu výzkumného pozorování vysílání bylo celkem zaznamenáno 17 427 jednotlivých pořadů, které byly vysílány na osmi stanicích. Nejvyšší počet pořadů byl zaznamenán u televizní stanice Smíchov – 2 821 programových bodů, nejmenší počet pořadů byl odvysílán na TV Barrandov – 1 764. Průměrné datum vzniku vysílaného materiálu na zvolených stanicích digitálního pozemního vysílání byl rok 2004.

5.1 Zastoupení žánrů na jednotlivých stanicích

Při sledování vybraných osmi kanálů má divák více než poloviční šanci, že se bude dívat na seriál. Celkově tvoří skoro 60 % procent vysílaných pořadů. Naopak na jiné zdroje se musí obrátit zájemci o zpravodajství a sportovní pořady, které se celkově vyskytují jenom ve 2,1 %, respektive 1,3 % případů.

Graf č. 1: Podíl žánrových formátů ve vysílání osmi stanic



5.1.1 Prima Cool

Na Prima Cool tvoří nejvyšší podíl vysílaných formátů seriál – 72 %. Ostatní žánrové formáty se podílejí méně než deseti procenty. Druhý nejčastější formát je film

s 8,5 % a následuje magazín a reality show, shodně po 6,4 %. Minimálně, méně než jedním procentem jsou na stanici zastoupeny formáty sportovní a zpravodajské.

Z žánrového obsahu se ve 37,8 % v programu Prima Cool vyskytuje drama, následuje komedie s 22 % a animované pořady s 15,4 %. Nejnižší zastoupení, pod jedno procento, vykazuje zpravodajství.¹⁴⁶

Žánrová nejednoznačnost byla zaznamenána v necelých deseti procentech případů. Jednalo se převážně o žánry reality show, respektive reality TV, dále také dokumenty nebo zábavní pořady. Ve formátech se odlišnost často projevovala v seriálové tvorbě, magazínech nebo soutěžích.¹⁴⁷

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že u formátů podíl seriálů a filmů zůstal na podobné úrovni. O více než polovinu ale ubylo magazínů a o dvě třetiny sportovních pořadů, zatímco došlo k nárůstu u reality show (z 1,5 % na 7,9 %) a soutěží (z 1,5 % na 4,5 %). U obsahových žánrů došlo k propadu u komedie (z 26,3 % na 20,6 %) a zábavních pořadů (z 15,6 % na 10,6 %) a nárůstu u reality show (z 3,1 % na 7,9 %) a animovaných pořadů (z 11,5 % na 16,6 %). Snížilo se zastoupení anoncovaného teleshoppingu.¹⁴⁸

5.1.2 Prima Love

Kanál Prima Love vytváří své schéma také z většiny ze seriálů – 76,7 % případů připadá na tuto formátovou kategorii. Z dalších se častěji vyskytuje reality show – 8,8 % a magazín – 7,6 %. Prakticky vůbec stanice nenabízí zpravodajství a sport.

Z obsahových žánrů na Prima Love převládá komedie, která je ve vysílání zařazena v 38,5 % případů a následuje drama s 23,6 %. Soap opery se na programu podílejí v 16,1 %. Zaznamenaní hodnou kvantitu mají pořady zábavního charakteru s 11,4 % a reality TV s 8,8 %. Stanice naopak zcela vynechává pořady pro děti i animovanou tvorbu.¹⁴⁹

Žánrová odlišnost byla zaznamenána v 5,3 % případů. Přes 70 % z toho se týkalo reality show, respektive reality TV, z hlediska formátů se vyskytovala ještě

¹⁴⁶ Příloha č. 2.

¹⁴⁷ Příloha č. 3.

¹⁴⁸ Příloha č. 4.

¹⁴⁹ Příloha č. 5.

u zábavních show a soutěží, z hlediska obsahových žánrů se týkala zábavních pořadů a dokumentů.¹⁵⁰

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že u formátů se podíl seriálů propadl z 87,4 % na 72,9 %, mírně poklesl i tak malý podíl filmů. U ostatních však došlo ke zvýšení podílu a tedy zpestření programové skladby. Magazíny vzrostly z 3,5 % na 9 %, zábavní show z 0,2 % na 3,5 % nebo reality show z 1,8 % na 11,2 %. Snížilo se zastoupení anoncovaného teleshoppingu. V souvislosti se sníženým zastoupením seriálů nalezneme v obsahových žánrech snížení zastoupení soap oper – z 25 % na 13 %, zatímco drama a komedie zůstávají na podobné úrovni. Významně vzrostly reality TV z 1,8 % na 11,2 %, navýšení se týkalo i dokumentů či zábavních pořadů.¹⁵¹

5.1.3 Prima Zoom

Profil stanice Prima Zoom je vyhraněný. Z žánrových formátů se v jejím vysílání střídají pouze dva. Převažuje seriál se 72 % zastoupených pořadů a druhým je film, který pokrývá zbylých 28 % vysílání. Jasnější statistiky přináší přehled žánrového obsahu, kde převažuje dokument s 99,8 %.¹⁵²

V programové nabídce stanice Prima Zoom nebyl zachycen žádný projev odlišnosti, ať už ve formátech pořadů, nebo v jejich obsahovém žánru.

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že poměr seriálů a filmů vzrostl ve prospěch seriálů. V počátku vysílala stanice 52,5 % pořadů seriálového formátu, později už byl podíl 78,4 %.¹⁵³

5.1.4 Nova Cinema

Kanál Nova Cinema nemá jako hlavní formátovou náplň filmy, nýbrž seriály. Program vysílání tvořil v 48,5 % případů, zatímco filmový formát se nacházel ve 26,8 % případů. Další významnou složkou formátů byly magazíny – 11,5 % a teleshopping –

¹⁵⁰ Příloha č. 6.

¹⁵¹ Příloha č. 7.

¹⁵² Příloha č. 8.

¹⁵³ Příloha č. 9.

8,5 % podílu na vysílání. Stanice nezařazuje zpravodajství, zábavné show či soutěže. V případě podílu teleshoppingu je nutné podotknout, že běžná délka takového pořadu byla 15–20 minut, zatímco magazíny měly nejčastěji délku 30 nebo 60 minut.

Z žánrového obsahu se nejčastěji vysílalo drama – 50,2 %, zatímco komediálních pořadů bylo skoro stejné množství jako zábavních – přes 13,8 %. V 7,1 % případů se jedná o dětské vysílání. Další formáty jsou zastoupeny v malém množství pod pět procent, kromě sportu, který se zde nevysílá.¹⁵⁴

Žánrová odlišnost ve vysílání programu Nova Cinema byla zaznamenána v 5,2 % případů. Ve formátech se to v 57,6 % procentech případů týkalo reality show a v 40,7 % případů magazínů. V obsahových žánrech se originalita projevovala v reality TV – 62,7 % a v zábavních pořadech – 37,3 %.¹⁵⁵

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že došlo k nárůstu podílu filmů na úkor seriálů, ovšem tento formát si udržuje kvantitativní převahu. Film stoupl z 20,6 % na 29,1 %, seriály klesly z 54,4 % na 46,3 %. Bylo zaznamenáno omezení magazínů – z 24,8 % na 6,5 % a zařazení reality show, které v prvním měsíci nebyly vysílány vůbec, ale v pozdějším období mají 6,5 %. V obsahových žánrech se zvýšilo zastoupení drama (z 38,5 % na 54,6 %), zatímco se v programu omezily komedie (z 26,1 % na 9,3 %) a soap opery (z 8,4 % na 2 %). V prvním měsíci se vysílalo méně dětského obsahu (2 % oproti 9 %) a reality TV (0 % oproti 6,8 %), zato se vysílalo více zpravodajství (13,8 % oproti 0 %) a dokumentů (6,9 % oproti 1,4 %).¹⁵⁶

5.1.5 Fanda

Program stanice Fanda má čtyři základní formátové složky. Převažují seriály s 57,9% podílem, další tvoří teleshopping v 11,7 % případů, sportovní pořady s 10,1 % a filmy s 6,2 %. Zbylé formáty jsou zastoupeny pod pětiprocentní hranicí, avšak vyskytují se všechny včetně zpravodajství.

¹⁵⁴ Příloha č. 10.

¹⁵⁵ Příloha č. 11.

¹⁵⁶ Příloha č. 12.

V žánrových obsazích převládá drama v 38,3 % případů, přes 20 % tvoří zábavní pořady, necelých 18 % zpravodajství a 14,4 % dokumentární tvorba. Vůbec se zde nevysílají soap opery a dětské pořady, minimální množství je komedie.¹⁵⁷

Podíl žánrové odlišnosti na vysílaném programu tvoří na stanici Fanda 14,9 % pořadů. Ve formátech se projevuje v seriálech – 44,1 %, v reality show – 21,5 %, magazínech – 11,3 %, soutěžích – 10,2 % a zábavních show – 9,1 %. V obsazích se odlišnost týkala nejvíc zábavních pořadů – 36 %, zpravodajství – 26,9 %, reality TV – 21,5 % a dokumentů – 13,4 %.¹⁵⁸

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že nárůst zaznamenaly formáty sportovních pořadů (z 1,6 % na 12,3 %), reality show (z 0,7 % na 2,6 %) a anoncovaného teleshoppingu (z 1,4 % na 14,4 %). Výrazně se snížilo zastoupení filmů (z 11,9 % na 4,7 %), zpravodajství a publicistiky (z 14,4 % na 1,9 %), magazín (z 6,2 % na 2,4 %), zábavní show (z 3,4 % na 2,4 %) a soutěž (z 3,7 % na 1,1 %). V obsahových žánrech se nejvíce změnilo zastoupení zábavních pořadů (z 12,6 % na 22,6 %), což souvisí s obdobným nárůstem teleshoppingu ve formátech. Mírný nárůst byl v animovaných pořadech (z 5 % na 6,1 %) a reality TV (z 0,7 % na 2,6 %). Jinak se zmenšil podíl zpravodajství (z 22,6 % na 16,6 %), dokumentů (z 17,1 % na 13,7 %).¹⁵⁹

5.1.6 Smíchov

Vysílací schéma Smíchovu vytváří z 69,9 % seriálová tvorba. Významné zastoupení mají zábavné show s 15,6% podílem. Film, magazín a teleshopping se pohybují kolem pěti procent. Neobjevují se zde zpravodajství, sportovní pořady ani soutěže.

Žánrové obsahy Smíchovu z poloviny zabírá komedie – 49,9 %. Zbylou polovinu si napůl dělí dětské pořady a zábavní pořady. V méně než procentním podílu byly zaznamenány dramatické pořady.¹⁶⁰

Žánrová odlišnost je v případě stanice Smíchov malá, týká se 1,2 % zaznamenaných pořadů. U formátů jde z 60 % o magazínový žánr a z 40 % o zábavní show. Z hlediska obsahového žánru se vyskytuje výhradně u zábavních pořadů.¹⁶¹

¹⁵⁷ Příloha č. 13.

¹⁵⁸ Příloha č. 14.

¹⁵⁹ Příloha č. 15.

¹⁶⁰ Příloha č. 16.

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že došlo k rozšíření typů zastoupených formátů. Film tak poklesl ze 7,2 % na 5,4 % a seriál ze 76,1 % na 68,3 %, zatímco zábavní show mírně vzrostla o procento a půl a nově se vyskytl magazín s 5,1 % podílu na pořadech. V obsahových žánrech byl zaznamenán pokles podílu komedie (z 57 % na 48,2 %) a mírný úbytek u dětského pořadu (z 26,3 % na 25,1 %), zatímco podíl zábavního pořadu vzrostl z 16,7 % na 26,3 % a byly zaznamenány i případy dramatické tvorby v 0,4 % případů.¹⁶²

5.1.7 Telka

V programu stanice Telka má dominantní podíl z žánrových formátů soutěž – přesně 27,9 %. Poměrné zastoupení má hned několik formátů. Seriál tvoří 22,3 % vysílaných pořadů, zábavní show představují 20,2 % a magazíny 18,4 %. Vůbec se zde nevysílají filmy a sportovní pořady.

V obsahových žánrech jsou nejčastěji vysílány zábavní pořady v 69,8 % případů. Ze zbylých má výrazný podíl soap opera, která se v programu nachází v 18,7 % případů. K pětiprocentní hranici má blízko zpravodajství, další jsou minoritně zastoupené, případně jako dětské a animované pořady nejsou vůbec vysílány.¹⁶³

Žánrová odlišnost je u stanice Telka zanedbatelná. Zaznamenána byla u 0,9 % případů. Z toho se z hlediska formátů týká 38,5 % zpravodajství a publicistiky, 23,1 % magazínů i zábavní show a 15,4 % reality show. Z hlediska obsahového žánru se nejčastěji objevuje odlišnost v zábavních pořadech – 69,2 %.¹⁶⁴

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že ve formátech se až později na stanici objevily zpravodajství s publicistikou (z 0 % na 4 %) a reality show (z 0 % na 2,1 %). Dál rostlo zastoupení seriálové tvorby (z 20,6 % na 22,7 %), ale jiné formáty neměnily svůj podíl (magazín), nebo ho snížily – zábavní show klesla z 24,2 % na 19,2 % a soutěž z 32,9 % na 26,8 %. Zásadní proměna byla zaznamenána v obsahových žánrech, kde došlo ke zvýšení podílu soap oper (z 10,4 % na 20,7 %), zatímco poklesly drama (z 8,1 % na 1,4 %), komedie (z 2,1 % na 0,7 %), dokument

¹⁶¹ Příloha č. 17.

¹⁶² Příloha č. 18.

¹⁶³ Příloha č. 19.

¹⁶⁴ Příloha č. 20.

(z 1,5 % na 0,9 %) a zábavní pořady (ze 73 % na 69 %). Lehce se zvýšil podíl zpravodajství (z 3,4 % na 5,2 %) a reality TV (1,5 % na 2,1 %).¹⁶⁵

5.1.8 TV Barrandov

Vysílání stanice TV Barrandov tvoří z formátů seriál v 56 % pořadů. Přes deset procent vysílaného materiálu tvoří jak filmy, tak zpravodajství. Další zastoupené formáty jsou zábavná show – 7,9 %, magazín – 6,6 % a soutěž – 5,4 %. Nejméně se objevuje reality show – 3,1 % případů a sportovní pořady nevysílá TV Barrandov vůbec.

Obsahové žánry se na Barrandově skládají z drama – 26,9 %, zábavních pořadů – 19,7 %, soap opery – 18 %, zpravodajství – 9,9 %, komedie – 8,3 %, dětských pořadů – 7,9 % a dokumentů – 6,2 %. Vůbec se nevyskytovaly sportovní pořady. Zde je třeba poznamenat, že dětské pořady vykazují výraznou délku – buď 75 minut nebo mezi 175–200 minutami, protože vytvářejí pásma.¹⁶⁶

Žánrová odlišnost dosahuje v případě TV Barrandov podílu 11,2 % pořadů. Nejčastěji se dotýká seriálového formátu (59,7 %) a dětského obsahu (48,4 %), což je následek tvorby sdruženého pásma různých seriálů pro děti. Z formátů se nekonformní žánr projevuje v zábavních show ve 21,8 % případů a v menším rozsahu i v magazínech, reality show či zpravodajství a publicistice. V obsahovém žánru byla odlišnost zaznamenána i v zábavních pořadech a dokumentech. Pod pět procent vykazují tuto charakteristiku reality show a zpravodajství.¹⁶⁷

V průběhu času došlo k proměně žánrové skladby. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že skladbu formátů ovlivnil nárůst magazínů (z 2,7 % na 8,5 %) a zařazení soutěže (z 0 % na 7,9 %). Úbytek podílu byl u reality show (z 7,8 % na 0,8 %), seriálů (z 61,9 % na 53,2 %) a zpravodajství s publicistikou (z 11,7 % na 9,5 %). K mírnému nárůstu podílu na zastoupených pořadech došlo u filmů (z 8,7 % na 11,9 %) a zábavních show (z 7,3 % na 8,2 %). Obsahové žánry si prošly velkou změnou v šesti případech – nárůst dětských pořadů (z 2,8 % na 10,3 %), drama (z 22,5 % na 28,9 %) a zábavních pořadů (z 9 %

¹⁶⁵ Příloha č. 21.

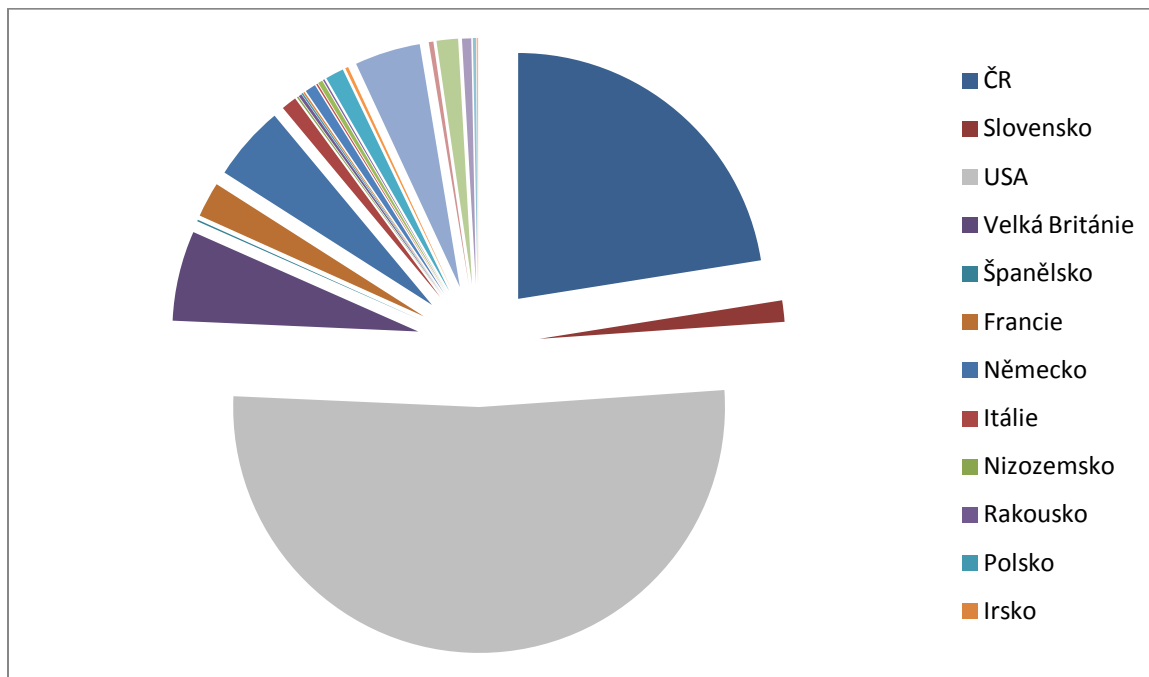
¹⁶⁶ Příloha č. 22.

¹⁶⁷ Příloha č. 23.

na 24,7 %) a pokles u komedie (z 15,1 % na 5,2 %), dokumentů (ze 14,5 % na 2,3 %) a reality TV (ze 7,8 % na 0,8 %).¹⁶⁸

5.2 Zastoupení zemí původu na jednotlivých stanicích

Graf č.2: Podíl zastoupení zemí původu ve vysílání osmi stanic



5.2.1 Prima Cool

U pořadů Prima Cool převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu USA se 79% podílem, druhý nejvyšší počet zastoupení má Kanada s 5,7 % podílu, Česká republika s 5,1 % a Velká Británie s 5 %. Viditelné zastoupení mezi vysílanými pořady má ještě Nový Zéland s 1,7 % a Francie s 1,6 %. Pod jedno procento zde byly v průběhu výzkumu vysílány pořady ze zemí: Slovensko, Španělsko, Německo, Rusko, Japonsko, Indie, Izrael, Mexiko, Brazílie, Austrálie, JAR, Botswana a Hong Kong.¹⁶⁹

Z hlediska podílu kontinentů je tak Severní Amerika zastoupena v 84,3 % případech, Evropa ve 12,4 % a koprodukce ve 3 % případech. Asie, Austrálie, Afrika a Jižní Amerika byly zastoupeny v ojedinělých případech.¹⁷⁰

¹⁶⁸ Příloha č. 24.

¹⁶⁹ Příloha č. 25.

¹⁷⁰ Příloha č. 26.

Z USA přebírá Prima Cool žánrové formáty jako seriál (84,4 %), film (7,5 %) a reality show (6,2 %). Obdobně z Kanady jdou především seriály (83,5 %) a pak filmy (16,5 %). Mezi pořady vytvořené v ČR spadají soutěže (33,6 %), magazíny (25,2 %), zábavní show (12,6 %), reality show (16,8 %) a sportovní pořady (10,9 %). Z Velké Británie jsou z formátů především magazíny (87,1 %). Z minoritně zastoupených zemí to je ve většině případů formát film. Z hlediska obsahového žánru se z USA přebírají hlavně drama (42,8 %), komedie (25,4 %) a animované pořady (18,1 %). Pořady Kanady a Nového Zélandu spadají většinou mezi drama. V ČR se vyrábí zábavní pořady (68,1 %), reality TV (16,8 %) a zpravodajství (15,1 %). Z Velké Británie jsou převážně zábavní pořady (87,1 %).

V průběhu času došlo k proměně zastoupení zemí původu. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že došlo k rozšíření zdrojů televizního materiálu. V prvním měsíci vysílala Prima Cool pořady jenom s pěti různými zeměmi původu. Například z ČR byly pouze sportovní pořady a z Německa pouze filmy. V druhé sledované éře už byl rozptýl zemí původu bohatší, např. Francie, Austrálie, Japonsko a JAR.

Žánrová odlišnost (celkem 9,7 %) se na Prima Cool nejčastěji týká pořadů z USA (71,9 %), další lze nalézt v české tvorbě (15,6 %) a britské tvorbě (12,5 %).

5.2.2 Prima Love

U pořadů Prima Love převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu USA (66,5 %). Druhý nejvyšší počet pořadů je spojen s Českou republikou (10,8 %) a následuje Kolumbie (7,9 %) a Kanada (5,1 %). Mezi dalšími s méně než pěti procenty podílu jsou Velká Británie, Francie, Německo, Mexiko, Belgie a Rakousko.¹⁷¹ Z hlediska podílu kontinentů je tak Severní Amerika zastoupena v 72,7 % případů, Evropa v 19,3 % a Jižní Amerika v 0,8 %. Koprodukce se týká 7,2 % případů.¹⁷²

Ze Spojených států amerických pochází z formátů většinou seriály (88,5 %), ale také reality show (7,8 %), v menším měřítku filmy (2,9 %), magazíny (0,3 %) a soutěže (0,5 %). V České republice mají původ magazíny (35,3 %), seriály (23,5 %), zábavní show (22,7 %) nebo reality show (14,1 %). Velká Británie má větší podíl reality show

¹⁷¹ Příloha č. 25.

¹⁷² Příloha č. 26.

(39,3 %) a Kanada magazinů (58,2 %). Ze zbývajících států jsou převážně seriály a filmy. Z obsahových žánrů pochází z USA především komedie (52,2 %), soap opery mají původ v Mexiku a Kolumbii (97,9 %, respektive 95,7 %), část v USA (14,7 %) a část z ČR (18,4 %). Zábavní show mají původ v ČR (60,4 %) a Kanadě (58,2 %). Z Německa a Francie je dramatická tvorba – 88,9 %, respektive 95 %. Rakousko a Belgie jsou zastoupeny dramatem ve 100 %.

V průběhu času došlo k proměně zastoupení zemí původu. Porovnání prvního měsíce vysílání s dvěma měsíci na přelomu let 2013 a 2014 ukazuje, že k úbytku podílu došlo ve tvorbě z ČR (z 13,9 % na 9,4 %), Francie (z 8,2 % na 1,5 %) a Kolumbie (15,2 % na 5 %) a rozmanitost zemí původu se příliš nezměnila – nově byly kontinuálně zaznamenány pořady Mexika (2,7 %) a Kanady (7,1 %).

Žánrová odlišnost (celkem 5,3 %) se týká pořadů z USA (45,8 %), České republiky (25 %), Kanady (16,7 %) a Velké Británie (12,5 %).

5.2.3 Prima Zoom

U pořadů Prima Zoom převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu USA (49,8 %). Druhým nejvýraznějším producentem obsahu je Velká Británie (25,8 %) a přes osm procent mají Německo a Austrálie. Minoritně se ve vysílání vyskytly pořady ze zemí Francie, Rakousko, Polsko, Irsko, Kanada, Nový Zéland a JAR.¹⁷³

Z hlediska podílu kontinentů je tak Severní Amerika zastoupena v 52,9 % případů, Evropa má podíl 36,5 %, Austrálie 9,1 % a Afrika 0,3 %. Koprodukce dosahuje podílu 1 %.¹⁷⁴

Z USA, Velké Británie pocházejí s ohledem na žánrové formáty především seriály. Z USA jde v 79,7 % případů seriál, u Británie je podíl 62,9 %. V zemích Itálie, Rakousku, Polsku, Irsku a JAR měly zastoupení pouze filmy, v dalších měly nadpoloviční převahu seriály nad filmy.

V prvním měsíci vysílání bylo zdrojem pořadů sedm zemí, v druhé sledované fázi byla v dvouměsíčním horizontu zaznamenána regionálně rozmanitější práce s materiálem z až jedenácti zemí. V průběhu došlo k nárůstu podílu tvorby z USA (z 40,8 % na 52 %), Austrálie (z 2,2 % na 10,3 %) a Kanady (z 1,4 % na 3 %) a úbytku

¹⁷³ Příloha č. 25.

¹⁷⁴ Příloha č. 26.

tvorby z Velké Británie (z 40,4 % na 20,8 %), Německa (z 10,1 % na 8,1 %) a Rakouska (z 1 % na 0 %).

Žánrová zvláštnost se na Prima Zoom nevyskytuje vůbec.

5.2.4 Nova Cinema

U pořadů Nova Cinema převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu USA (68,7 %). Dalším výrazným zdrojem je Česká republika (8,3 %), ostatní země jsou ve vysílání zastoupeny méně než pěti procenty. Mezi nimi se výš řadí Německo, Itálie, Kanada, Venezuela, Kolumbie, Velká Británie, Rumunsko. Následuje výčet dalších, které se vyskytly mnohdy ojediněle – Slovensko, Španělsko, Francie, Belgie, Nizozemsko, Rakousko, Polsko, Dánsko, Švédsko, Irsko, Japonsko, Jižní Korea, Venezuela, Kolumbie, Austrálie, Chorvatsko, Rumunsko, Hong Kong a Bulharsko.¹⁷⁵

V případě kanálu Nova Cinema je nutné zmínit, že v základní statistice nebylo u 10,7 % vysílaných pořadů možné přesně stanovit zemi původu. V 73,1 % případů jsou to pořady teleshoppingu, ale zbylá více než čtvrtina tvoří magazíny, které pravděpodobně pochází z USA.

Z hlediska podílu kontinentů je tak Severní Amerika zastoupena v 73,8 % případů, Evropa má podíl 18 %, Jižní Amerika 2,6 %, Asie 0,3 % a Austrálie 0,1 %. Koprodukce dosahuje podílu 5,3 %.¹⁷⁶

Pořady z USA, které Nova Cinema vysílá, spadají do těchto žánrových formátů – seriály (58,2 %), filmy (30,2 %), reality show (7,2 %) a magazíny (4,3 %). Z České republiky potom převažují formáty magazínu (67,4 %), filmy (29,2 %) a seriály (3,5 %). Obsahové žánry u většiny zemí původu tvoří komedie a drama, soap opery jsou z Venezuely, Kolumbie a Rumunska, dětské pořady z USA, Itálie Německa a Kanady. Většina zábavních pořadů nemá určenou zemi původu, zbylé jsou výrazně produktem ČR.

V prvním měsíci vysílání bylo zdrojem čtrnáct zemí, pozdější sledovaná fáze stanice vykazuje rozmanitou práci s materiálem až z osmnácti zemí. V průběhu času zároveň došlo k nárůstu zastoupení USA (z 59,3 % na 61,7 %), ČR (z 4,2 % na 8,7 %) a Kanady (z 2,9 % na 4,2 %). Zaznamenán byl snížený podíl německé tvorby (ze 7,1 % na 3,5 %). Nejvýraznější z nových zemí bylo Rumunsko s 3,9 %.

¹⁷⁵ Příloha č. 25.

¹⁷⁶ Příloha č. 26.

Žánrová odlišnost (celkem 5,2 %) se týká pořadů z USA (59,7 %), České republiky (33,9 %), Velké Británie (4,8 %) a Itálie (1,6 %).

5.2.5 Fanda

U pořadů stanice Fanda převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu USA (51,1 %). Dalším výrazným zdrojem materiálu je Česká republika (17,8 %), Kanada (13,3 %), Německo (9,6 %) a Velká Británie (5,1 %). Minoritně se ve vysílání objevily pořady ze zemí Španělsko, Francie, Itálie, Rakousko, Rusko, Čína, Izrael, Mexiko, Nový Zéland, Austrálie, Hong Kong, Peru a Bulharsko.¹⁷⁷

V případě kanálu Fanda je nutné zmínit, že v základní statistice nebylo u 18,3 % vysílaných pořadů možné přesně stanovit zemi původu. V 56,2 % případů jsou to z formátů pořady teleshoppingu a další více než čtvrtina je tvořena seriály, zbytek potom soutěže, magazíny a sportovní pořady. V obsahových žánrech se toto netýká dramatu nebo komedie, nýbrž zábavních pořadů, zpravodajství a magazínů.¹⁷⁸

Z hlediska podílu kontinentů je tak Severní Amerika zastoupena v 48,7 %, evropská tvorba se na vysílání podílí v 28,2 % případů a Asie 0,1 %. Koprodukce na této stanici čítá podíl 2,3 %, ale vysoký podíl si zde vyžádala možnost nezjištěného původu – 20,6 %.

Pořady z USA zařazené ve vysílání kanálu Fanda tvoří tři hlavní formátové složky – seriál (83,3 %), film (9,4 %) a zábavní show (5,1 %). Formáty z ČR tvoří sportovní pořady (57 %), zpravodajství a publicistika (27,1 %), seriály (10,3 %) a magazíny (5,7 %). Vysoké zastoupení sportovních pořadů je dáno ustavení sportovních přenosů s českým komentářem jako české tvorby. Nadpoloviční většinu formátu seriálu tvoří materiál ze Španělska, Francie, Německa, Rakouska a Kanady. Formát filmu je zastoupen v minoritně zaznamenaných zemích původu. Význačný je potom ještě výskyt reality show z Velké Británie (43,6 %). Z obsahových žánrů je výrazné zastoupení zpravodajství v ČR (opět souvislost se sportovními přenosy). Z USA pochází šest ze sedmi stanovených obsahových žánrů, zatímco valná většina ostatních kombinuje drama, komedii a dokument jako obsahy formátů film a seriál.

Při zkoumání změn v průběhu času byl zaznamenán vzestup podílu zastoupení USA (z 44,7 % na 53,1 %) a stabilní, středně silné zastoupení Kanady (z 12,9 %

¹⁷⁷ Příloha č. 25.

¹⁷⁸ Příloha č. 26.

na 13,5 %), Německa (z 9,9 % na 9,5 %) a Velké Británie (z 5,4 % na 5 %). Propad byl zaznamenán u zastoupení pořadů z ČR (24,5 % na 15,7 %). Došlo také k rozšíření zemí původů, jejichž pořady stanice Fanda přebírá do vysílání – Francie, Čína, Rusko, Bulharsko.

Žánrová odlišnost (celkem 14,9 %) se vyskytuje v souvislosti s pořady neurčitého původu (28,5 %), dále českou tvorbou (27,4 %) a pořady z Velké Británie a Spojených států amerických.

5.2.6 Smíchov

U pořadů stanice Smíchov převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu USA (74,7 %). Dalšími v pořadí co do velikosti podílu na vysílání jsou pořady z České republiky (11,9 %) a Slovenska (7 %) a zaznamenaný podíl mají ještě Francie (2,7 %) a Kanada (2,4 %). Minoritně jsou na stanici zastoupeny jako země původu Velká Británie, Německo, Itálie, Maďarsko, Irsko, Japonsko, Nový Zéland, Austrálie a Hong Kong.¹⁷⁹

Podobně jako u předcházejících dvou stanic i zde tvoří význačnou část pořadů materiály neuvedeného původu – 8,6 %. V 54 % to jsou formáty teleshoppingu, zbylou část tvoří magazíny, a to obsahového žánru zábavního pořadu (100 %). Tvoří je především pásma hudebních videoklipů.

Z hlediska podílu kontinentů je Severní Amerika původem zastoupena v 70 % pořadů, evropská tvorba se týká 18,8 % pořadů a Austrálie má 0,1 %. Koprodukce se na Smíchově vyskytuje v 2,3 % případech, vysoký podíl 8,8 % mají původem neznámé pořady.¹⁸⁰

Pořady původem z USA jsou z 93,4 % tvořeny formátem seriálu, v 6,2 % případech jde o filmy. Česká republika je producentem zábavních show (97,5 %) a seriálů (2,5 %). Významně zastoupené Slovensko je zdrojem zábavních show (66,5 %) a seriálů (33 %). Zbylé země jsou zdrojem pořadů formátu seriálového a filmového. V obsahových žánrech většinou převládá komedie, pouze ČR a Slovensko nadpoloviční většinou spadají pod zábavní pořady (v ČR dokonce 97,5 %). Význačné je Smíchově i zastoupení pořadů pro děti, na nichž se podílejí z 86,3 % USA, 6,6 % Kanada a 6,8 % Francie.

¹⁷⁹ Příloha č. 25.

¹⁸⁰ Příloha č. 26.

Oproti prvnímu měsíci vysílání došlo v průběhu času k posílení podílu slovenské tvorby (z 4,1 % na 7,8 %), Kanady (z 0 % na 3 %) a francouzských pořadů (ze 1,6 % na 3 %) a oslabení České republiky (z 16 % na 10,8 %) a USA (ze 76,9 % na 74,1 %).

Žánrová odlišnost (celkem 1,2 %) se vyskytuje buď u pořadů neznámého původu (60 %), nebo u amerických pořadů (zbylých 40 %).

5.2.7 Telka

U pořadů stanice Telka převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu Česká republika (87,6 %). Zbylé země jsou zastoupeny v malém množství – Chorvatsko (4,7 %), Turecko (3,7 %), Slovensko (2,1 %) a USA (1,8 %).¹⁸¹

I v případě Telky bylo v základní statistice zaznamenáno zvýšené množství pořadů s neurčitou zemí původu – 6,2 %. Bezvýhradně se jedná o formát teleshoppingu. Z hlediska podílu kontinentů je bez započítání nezjištěného Evropa zastoupena v 98,3 % pořadů a Severní Amerika v 1,7 % pořadů.¹⁸²

Pořady vyrobené produkcí v České republice jsou z formátů tvořeny soutěžemi (33,3 %), magazíny a zábavními show (22,3 %), seriály (15,4 %), zpravodajstvím a publicistikou (3,9 %) a reality show (2,1 %). Ze Slovenska pochází zábavní show (90 %) a soutěže (10 %). USA, Turecko, Kolumbie a Chorvatsko jsou producenti seriálového formátu na Telce.

Z Turecka, Kolumbie a Chorvatska přitom ve stech procentech pochází obsahový žánr soap opera, z USA jsou drama (95,3 %) a komedie (4,7 %). Česká tvorba je ze tří čtvrtin tvořena zábavními pořady, z 13,1 % soap operou a z 5,9 % zpravodajstvím. Další obsahy jsou minoritní. Obdobně Slovensko je zemí původu zábavních pořadů (90 %) a reality TV (10 %).

V průběhu času došlo k proměně podílu jednotlivých zemí původu ve vysílání. V prvním měsíci bylo na Telce 8,3 % pořadů z USA, v dalším sledovaném období jich v průměru bylo pouze 0,3 %. Poklesla ČR z 90,6 % na 86,9 %, ale zvýšilo se zastoupení Slovenska (ze 1,1 % na 2,4 %) a nově se mezi zaznamenané země původů dostaly tři subjekty.

Žánrová odlišnost (celkem 0,9 %) byla zaznamenána pouze u pořadů z České republiky.

¹⁸¹ Příloha č. 25.

¹⁸² Příloha č. 26.

5.2.8 TV Barrandov

U pořadů stanice TV Barrandov převažuje jako jediná nebo koprodukční země původu Česká republika (33,2 %). Významný podíl zastoupení mají dále země Německo (17,4 %), USA (11,3 %), Velká Británie (8,2 %), Francie (6,1 %) a Itálie (5 %). Minoritně mají podíl mezi vysílanými pořady Austrálie, Argentina, Kanada, Turecko, Rakousko, Slovensko, Španělsko, Belgie, Nizozemsko, Švýcarsko, Maďarsko, Ukrajina, Čína, Mexiko, Hong Kong a Peru.¹⁸³

Zvýšené množství pořadů s neurčitou zemí původu bylo zaznamenáno i na TV Barrandov – 6,9 %. Tato část připadá z více než 90 % na formát seriál a obsahový žánr dětský pořad, protože Barrandov používá ve vysílání heterogenní pásma pořadů pro děti.

Z hlediska podílu kontinentů se vysílání TV Barrandov skládá ze 74,2 % z evropských pořadů, z 12,1 % ze severoamerických, z 2,9 % z australských, z 2,3 % z jihoamerických, z 0,3 % z asijských a z 8,1 % jsou to koprodukce.¹⁸⁴

Pořady vyrobené produkcí v České republice jsou z formátů tvořeny zpravodajství a publicistikou (28,9 %), zábavními show (21,5 %), magazíny (17,9 %), seriály a soutěžemi (13,2 %) a filmy (5,3 %). Z USA pocházejí hlavně seriály (57,8 %) a filmy (39,8 %). Z Velké Británie jsou seriály (50 %) a reality show (29,3 %). Reality show jsou ještě z Kanady, zábavní show z Austrálie, zpravodajství a publicistika ze Slovenska. Ostatní země jsou producenty formátů film a seriál.

Obsahové žánry pořadů z ČR jsou z 53,3 % zábavní pořady, z 28,8 % zpravodajství, z 8,4 % drama a ze 7,6 % komedie. USA je zemí původu ze 71,4 % pro drama, z 12,6 % pro dokument a 10,2 % pro komedii. Z Německa a Itálie jsou především soap opery (73,3 % a 100 %), německou tvorbu prezentuje ještě drama (22 %) či dokumenty (3,1 %). Francouzský původ má 80,2 % drama, 14,4 % komedie či 4,5 % dokumentární tvorba. Slovensko reprezentuje z 80 % dokument.

V průběhu času došlo k nárůstu podílu české tvorby na vysílání. Rozdíl prvního měsíce vysílání a pozdější sledované fáze ukazuje, že země původu ČR se vyskytovala nejprve ve 25 % případů a posléze ve 37,3 %. Růst podílu zaznamenaly i USA (z 4,6 % na 14,5 %), naopak poklesl podíl Velké Británie (z 20,1 % na 2,4%). Ve vysílání

¹⁸³ Příloha č. 25.

¹⁸⁴ Příloha č. 26.

zůstává německá a francouzská tvorba v obdobné míře. Často ale některé země přestanou ve vysílání figurovat a jiné získaly v druhém sledovaném období silný podíl, představuje to fluktuaci s přínosem v rozmanitosti.

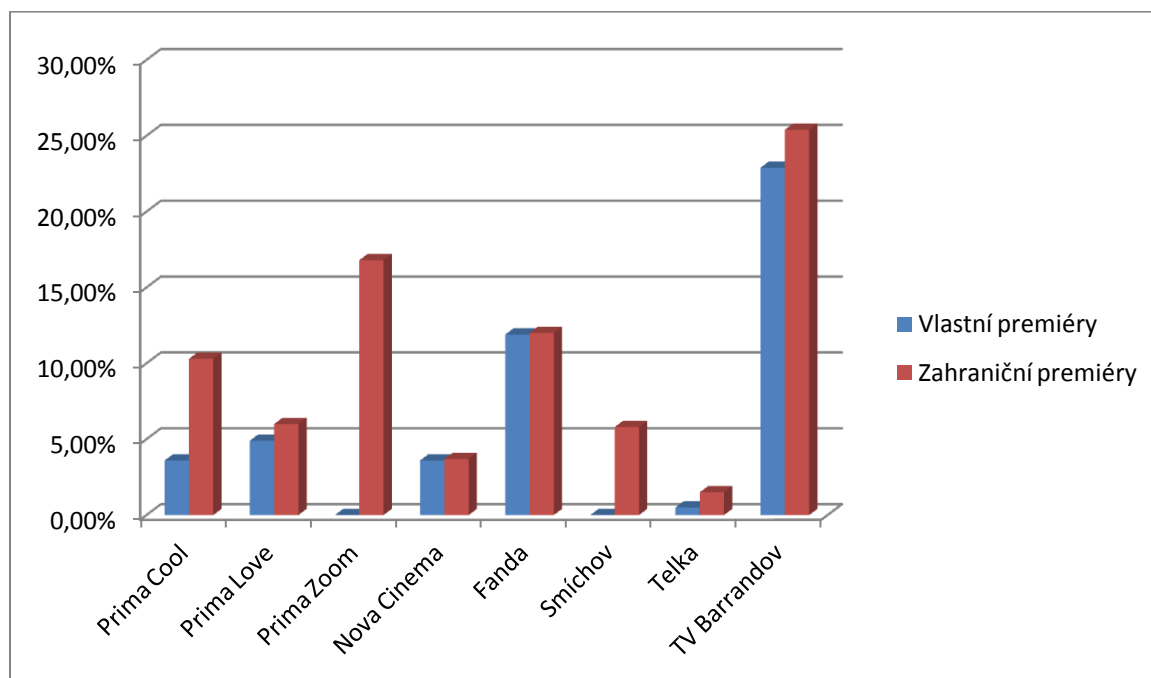
Žánrová odlišnost (celkem 11,2 %) se výrazně projevuje u dětského pásma, kde nelze určit zemi původu, mimo to se týká české tvorby (60,9 %), Slovenska (12,5 %), Austrálie (10,9 %) a Kanady (9,4 %).

5.3 Zastoupení vlastní nebo premiérové tvorby na jednotlivých stanicích

Výzkum výskytu nově uváděných pořadů narazil na obecně rozšířený problém, který má několik vrstev. Překážkou je rozdílný přístup klasifikace, co je premiéra, ze strany televizních vysílatelů. Lze totiž rozlišit několik odstupňovaných premiér – první se může odehrát na placené kabelové stanici, druhá na hlavním kanálu v pozemním vysílání a třetí na sesterské nebo konkurenční stanici. Během analýzy obsahu tištěných i internetových programových schémat jsem byl svědkem, kdy stanice označovaly pořad premiérou, i když byl již dříve vysílán na jiné televizní stanici. Takovýto projev je možné vysvětlit tím, že se jedná o premiéru na této stanici, byť ne českou televizní premiéru.

Opačnou překážku vytváří televizní stanice tím, že v tištěných nebo internetových programových schématech vůbec neinzerují, který pořad dávají v premiéře a který je reprízou. Přitom uvádění premiérových dílů a pořadů vždy sloužilo jako marketingový proces, který televize tvořila svoji identitu. Vzniká tak absurdní situace, kdy jsme na jedné straně přesvědčováni, že jedna stanice je plná premiér, zatímco druhá nemá ani jednu, a přitom je skutečnost uprostřed. Licence na vysílání zahraničních pořadů mnohokrát přecházejí z jednoho vlastníka na druhého, a tak by bylo stoprocentní vysledování data české televizní premiéry všech pořadů nemožným úkolem.

Proto v této části kladu důraz na analýzu kategorie s ohledem na vlastní tvorbu jednotlivých, sledovaných televizních subjektů. Statistiku doplňuje přibližný podíl zastoupených zahraničních premiér vůči reprízám, který vychází z konfrontace veřejně přístupných informací o programu televizních stanic s vlastní zkušeností a časovým zasazením diváckých ohlasů na internetu. Na výběr byla ponechána možnost nezjištěno, pokud existovala vážná nejasnost při rozhodnutí, zda-li šlo o premiéru, nebo reprízu.

Graf č.3: Zastoupení vlastních a odhadovaných zahraničních premiér ve vysílání

5.3.1 Prima Cool

Premiéra vlastních pořadů na stanici Prima Cool představuje podíl 3,6 % na zbytku vysílání. Pořady své nebo stanic ze skupiny FTV Prima vysílá v 1,7 % případů. Odhad zahraničních premiér je 10,3 % a opakování zahraničních pořadů potom 83 %. Neznámé se týkalo 1,4 % případů.¹⁸⁵

Podíl poprvé uváděných vlastních pořadů se v průběhu času změnil. V prvním měsíci zaujímaly tyto pořady 1,3 %, zatímco v druhé sledované fázi 4,3 %. Významná změna proběhla u zahraničních premiér, kde se v průměru 33,8% odhadovaný podíl z prvního měsíce snížil na odhadovaný podíl 2,8 % v druhé sledované fázi.¹⁸⁶

Vztah originality a žánrů byl následující: v souvislosti s formáty se vlastní premiéry skládaly v 39,7 % případů ze soutěží, ve 29,5 % případů šlo o magazín, 16,7 % případů bylo sportovních pořadů a 14,11 % zábavních show. Stanice neuvádí žádné vlastní zpravodajství, seriály, filmy či reality show. Premiérované sportovní pořady tvoří přes 90 % všech pořadů tohoto formátu na Prima Cool, zábavní show 40,7 % všech zástupců tohoto formátu a soutěže 37,3 % stejného způsobu porovnání.

¹⁸⁵ Příloha č. 27.

¹⁸⁶ Příloha č. 28.

V souvislosti s obsahovými žánry tvoří vlastní premiéry ze 78,2 % zábavní pořady a z 21,8 % zpravodajství.

Zahraniční premiéry se v 71,3 % případů týkaly seriálového formátu, v 17,5 % magazínu, 6,7 % reality show a 4,5 % soutěže. Zdrojem premiérováného formátu byly USA (79,6 %) a Velká Británie (17,3 %).

Filmy jsou v 91,4 % případů reprízy zahraničních pořadů, seriály v 89,1 % případů. Znatelná vyváženost zůstává v zábavních show a soutěžích.

Průměrný rok vzniku vysílaného pořadu je na Prima Cool zaokrouhleně 2003.

5.3.2 Prima Love

Premiéra vlastních pořadů na stanici Prima Love představuje podíl 4,9 % na zbytku vysílání. Pořady své nebo stanic ze skupiny FTV Prima vysílá v 6,6 % případů. Odhad zahraničních premiér je 6 % a opakování zahraničních pořadů potom 79,8 %. Nežjištěno se týkalo 2,7 % případů.¹⁸⁷

Podíl poprvé uváděných vlastních pořadů se v průběhu času zvýšil. V prvním měsíci vysílání stanice Prima Love měly tyto pořady podíl 0,7 %, zatímco v druhé sledované fázi byl podíl 6,3 %. Naopak podobně jako u Prima Cool došlo k poklesu odhadovaného podílu zahraničních premiér. V prvním měsíci byly zařazeny ve vysílání v 16,3 % případů, v druhé sledované fázi byl podíl 2,5 %. Snížil se rovněž podíl vlastních opakovaných pořadů (z 15,4 % na 3,6 %), a tak se celkově odhadovaný podíl opakovaných zahraničních pořadů zvýšil z 57,1 % na 87,6 %.¹⁸⁸

Vztah originality a žánrů byl následující: v souvislosti s formáty se vlastní premiéry skládaly ze 47,7 % ze zábavních show, z 25,2 % z magazínů a z 24,3 % z reality show. V premiéře se neobjevují soutěže ani filmy. V minoritním zastoupení jsou formáty seriál a zpravodajství a publicistika. Premiérované zábavní show tvoří 87,9 % všech případů tohoto formátu na Prima Love, zatímco premiérované magazíny a reality show zabírají okolo 15 % svých formátů.

V souvislosti s obsahovými žánry tvoří vlastní premiéry ze 72,9 % zábavní pořady, z 24,3 % reality TV a ze 1,9 % dokument. Minoritně je zastoupeno zpravodajství.

¹⁸⁷ Příloha č. 29.

¹⁸⁸ Příloha č. 30.

Zahraniční premiéry se v 95,5 % případů týkají formátu seriál, v 3 % šlo o soutěže a v 1,5 % to byly reality show.

Filmy jsou v 96,9 % případů reprízy zahraničních pořadů, seriály v 85,4 % případů. Dominance nových vlastních programů zůstává pouze v zábavních show.

Průměrný rok vzniku vysílaného pořadu na Prima Love je zaokrouhleně 2005.

5.3.3 Prima Zoom

Premiéra vlastních pořadů nebyla na stanici Prima Zoom vůbec zaznamenána, na vysílání se tento segment nepodílí. Opakované pořady své nebo stanic ze skupiny FTV Prima se rovněž neobjevují ani v jednom případě. Odhad zahraničních premiér je 16,8 % a opakování zahraničních pořadů potom 83,2 %. Tento výzkumný subjekt je predikovatelný v otázce premiér a repríz, protože své schéma vystavěl na přesně stanoveném časovém zasazení premiérového obsahu.¹⁸⁹

V průběhu času došlo ke změně odhadovaného podílu zahraničních premiér ve vysílání. V prvním měsíci vysílání byl podíl 18,2 %, ve druhé sledované fázi je to 16,3 %. Zde vyplývá pozoruhodná informace, která se odvíjí od toho, že samotná stanice prezentovala po třech měsících vysílání navýšení počtu premiér ve vysílání. Přesto se celkový odhadovaný podíl premiér snížil, neboť zároveň došlo k rozšíření vysílacího času, a to poměrně víc, než kolik bylo zařazeno premiérového materiálu.¹⁹⁰

Zahraniční premiéry tvoří z hlediska formátů ze 75,5 % seriály a z 24,5 % filmy.

Průměrný rok výroby pořadů vysílaných na stanici Prima Zoom je zaokrouhleně 2007.

5.3.4 Nova Cinema

Premiéra vlastních pořadů na stanici Nova Cinema představuje podíl 3,6 % vůči ostatnímu programu. Pořady své nebo stanic ze skupiny Nova vysílá v 2 % případů. Odhad zahraničních premiér dosahuje hodnoty 3,7 %, opakování pořadu produkovaného v České republice/Československu má podíl ve vysílání 2 %.

¹⁸⁹ Příloha č. 31.

¹⁹⁰ Příloha č. 32.

Opakování zahraničních pořadů je odhadováno na 77,6% podíl a v 11 % případů nebylo možné tuto charakteristiku identifikovat.¹⁹¹

Podíl poprvé uváděných vlastních pořadů se v průběhu času zvýšil. V prvním měsíci vysílání představovaly vlastní premiéry podíl 0,6 % pořadů, v druhé sledované fázi byl podíl 4,7 %. Navýšil se rovněž podíl zahraničních premiér (ze 1,6 % na 4,5 %). V prvním měsíci vysílání byly zařazeny programy, u nichž nebylo možné stanovit, po kolikáté byly umístěny do vysílání, a to ve 40,3 % případů. Ve většině jde o pořady formátu magazin se zahraniční zemí původu, takže podíl vlastních pořadů není deformován.¹⁹²

Vztah originality a žánrů byl následující: v souvislosti s formáty se vlastní premiéry skládaly v 98,5 % případů z magazinů, ojedinělé bylo zařazení formátu filmu. Zmíněný formát magazinů vlastní premiéry se na celkovém zařazení tohoto formátu na stanici Nova Cinema podílel z 39,1 %. V souvislosti s obsahovými žánry tvoří vlastní premiéry z 93,8 % zábavními pořady, v 4,6 % případů zpravodajství a ojediněle dokument.

Zahraníční premiéry byly tvořeny formáty seriálu (86,6 %) a filmu (10,4 %), ojediněle byl zaznamenán magazin a zábavní show. Premiéra seriálu tvořila 6,6 % všech vysílaných seriálů a premiéra filmu připadala na 1,4 % všech uváděných filmů. Premiéry zahraničních pořadů měly jako země původu většinou USA (82,1 %), pocházely ale také z Německa (9 %), Itálie (6 %) či Rakouska (1,5 %).

Poměr opakovaných zahraničních a českých filmů je 84,1 % k 7 %, u seriálů je poměr 86,1 % k 0,3 %.

Průměrný rok výroby pořadů vysílaných na stanici Nova Cinema je zaokrouhleně 2003.

5.3.5 Fanda

Premiéra vlastních pořadů na stanici Fanda představuje podíl 11,9 % na vysílaném zbytku. Pořady své nebo stanic ze skupiny Nova vysílá ve 4,2 % případů. Odhad zahraničních premiér dosahuje podílu 12 % na vysílání. Zahraniční reprízy jsou tak na stanici Fanda vysílány v odhadovaném podílu 65,9 % a podíl nezjištěných

¹⁹¹ Příloha č. 33.

¹⁹² Příloha č. 34.

pořadů, kde byla nejistota ohledně pořadí vysílání, je 6 %, což zahrnuje seriál (62,2 %), soutěž a magazín (okolo 11 %) a sportovní pořady (9,4 %).¹⁹³

Podíl poprvé uváděných vlastních pořadů se v průběhu času snížil. V prvním měsíci vysílání představovaly vlastní premiéry podíl 20,5 % na vysílání, v druhé sledované fázi byla hodnota podílu 9,7 %. Došlo však k navýšení odhadovaného podílu u zahraničních premiér, který byl v prvním měsíci 5,3 %, později měly tyto pořady 13,7% podíl. Byl také zaznamenán pokles nezjištěné charakteristiky premiéra/repríza (z 23,5 % na 1,4 %), přičemž se zvýšil odhadovaný podíl zahraničních repríz ze 45,2 % na 71,2 %, neboť 64,3 % z původně vysokého počtu nezjištěných pořadů pocházelo z USA a jenom 1,2 % z ČR, takže na hodnotě vlastních premiér neměly vliv.¹⁹⁴

Vztah originality a žánrů byl následující: v souvislosti s formáty se vlastní premiéry skládaly z 52,4 % ze sportovních pořadů, dalších 35 % bylo zpravodajství a publicistika, méně než 10 % mají formáty seriál a magazín. Formát sportovního pořady, který byl uváděn ve vlastní premiéře, se na celkovém zařazení tohoto formátu na stanici Fanda podílí v 61,9 % případů, ještě výraznější podíl v rámci svého formátu má zpravodajství a publicistika (93,7 %). V souvislosti s obsahovými žánry tvoří vlastní premiéry v 95,7 % případů zpravodajství a ve 4,3 % zábavní pořady.

Zahraniční premiéry byly tvořeny formáty seriálu (70,2 %), filmu (11 %) a zábavní show (7,1 %), minoritně potom ještě jako magazín, sportovní pořad, soutěž a reality show. Premiérované zahraniční seriály ale i tak představovaly 14,5 % všech zástupců tohoto formátu na Fandovi. Z obsahových žánrů převažovalo drama (49,4 %) oproti komedii (2 %) nebo dokumentu (18 %) i zábavním pořadům (18 %).

Poměr vlastních premiér a repríz sportovních pořadů byl 61,9 % ke 27,9 %, u zpravodajství to bylo 93,7 % k 5,3 %.

Průměrný rok výroby pořadů vysílaných na stanici Fanda je zaokrouhleně 2007.

5.3.6 Smíchov

Premiéra vlastních pořadů na stanici Smíchov nebyla vůbec zaznamenána. Pořady své nebo stanic ze skupiny Nova vysílá v 11,2 % případů. Odhad zahraničních premiér dosahuje podílu 5,8 % na zbytku vysílání. Nezjištěno bylo zaznamenáno jen

¹⁹³ Příloha č. 35.

¹⁹⁴ Příloha č. 36.

ve 2,5 % případů, takže odhadovaný podíl zahraničních repríz dosahuje na stanici Smíchov hodnoty 80,6 %.¹⁹⁵

Podíl poprvé uváděných vlastních pořadů se pochopitelně neměnil v průběhu času, byl však zaznamenán pokles odhadovaného podílu zahraničních premiér. V prvním měsíci sledování byla průměrná hodnota 15,1 % podílu, v druhé sledované fázi byl podíl 3,4 %. Ještě v prvním měsíci navíc bylo zaznamenáno 12,3 % nezjištěných pořadů, které byly z 93,2 % z USA a v 85,7 % případů šlo o seriály, takže odhadovaný podíl zahraničních premiér mohl být v úvodu vysílání ještě vyšší. Dál se snížil v průběhu času podíl vlastních opakovaných (z 15,8 % na 10 %).¹⁹⁶

Vztah originality a žánrů byl následující: z hlediska formátu odhadované zahraniční premiéry tvořily z 93,3 % seriály, další 4,3 % se týkala filmu a 2,5 % byla zaznamenána u zábavních show. Z pohledu obsahových žánrů byly odhadované zahraniční premiéry v 80,4 % případů komedie, v 17,2 % šlo o dětský pořad a zábavní pořady tvořily 2,5 % podílu.

Vlastní opakované pořady byly z 97,5 % formátu zábavní show.

Poměr odhadovaných zahraničních premiér a repríz podílejících se na vysílání byl u formátu filmu 4,3 % k 89,5 %, u formátu seriálu je statistika 7,7 % k 88,8 %.

Průměrný rok výroby pořadů vysílaných na stanici Smíchov je zaokrouhleně 1997.

5.3.7 Telka

Premiéra vlastních pořadů na stanici Telka představuje podíl 0,5 % vůči zbytku vysílání. Pořady své nebo stanic ze skupiny Nova vysílá v 81,8 % případů. Odhad zahraničních premiér se pohybuje na úrovni 1,5 %, přičemž odhad zahraničních repríz je 16 %. Ojedinele se ve vysílání objevila repríza české/československé produkce – 0,1 % případů.¹⁹⁷

Podíl poprvé uváděných vlastních pořadů se v průběhu času snížil. V prvním měsíci vysílání byla premiéra zaznamenána u 2,5 % pořadů, v druhé sledované fázi byla hodnota nula procentní. Naopak došlo ke zvýšení odhadovaných zahraničních premiér –

¹⁹⁵ Příloha č. 37.

¹⁹⁶ Příloha č. 38.

¹⁹⁷ Příloha č. 39.

z 0 % na 1,9 %. Celkově se v průběhu času snížilo zastoupení vlastních pořadů vůči zahraničním – 88,1 % k 11,9 % na 81 % k 18,9 %.¹⁹⁸

Vztah originality a žánrů byl následující: v souvislosti s formáty se vlastní premiéry skládaly 100% ze zábavních show, přičemž paralelně se v obsahových žánrech 100 % týká zábavních pořadů. Zastoupení formátů u vlastních opakovaných pak připomíná rozložení formátů u stanice Telka jako takové.

Odhadované zahraniční premiéry se ze 100 % skládají z formátu seriál a stejný podíl zastávají i z hlediska obsahového žánru soap opera. Odhadované zahraniční opakované jsou v programu Telky zastoupeny v 49,6 % případů jako formát seriál, 38,9 % je teleshopping a přes jedenáct procent jsou zábavné show. Z obsahových žánrů je v této kategorii převaha zábavních pořadů a soap opery.

Ze sta procent jsou na Telce zastoupeny formáty zpravodajství a publicistika, magazín, reality show a soutěž vlastním opakovaným materiálem.

Průměrný rok výroby pořadů vysílaných na stanici Telka je zaokrouhleně 2005. Zde je třeba poznamenat, že při kódování programu stanice Telka nebylo v mnoha případech možné určit konkrétní rok vznik pořadu, průměrný rok výroby by tak fakticky mohl být blíže k devadesátým letům, nicméně oproti třeba stanici Smíchov, která má průměrný rok v devadesátých letech, jde na Telce nejstarší zaznamenaný pořad z roku 1994, zatímco na Smíchově z roku 1960.

5.3.8 TV Barrandov

Premiéra vlastních pořadů na stanici TV Barrandov byla zaznamenána u 22,9 % případů. Reprízu vlastních pořadů vysílá v 7,4 % případů. Odhad zahraničních premiér dosahuje hodnoty 25,4 %, přičemž odhadované zahraniční reprízy se na vysílání podílí v 38,2 % případů. TV Barrandov má rovněž vysoký podíl opakované české/československé tvorby – 4 %. Podíl nezjištěných pořadů je malý (2 %), a týká se z většiny formátů filmu a seriálu a země původu Velká Británie, Francie, Kanady a USA, takže se netýká podílu vlastní tvorby TV Barrandov.¹⁹⁹

Podíl poprvé uváděných vlastních pořadů se v průběhu času zvýšil. V prvním měsíci vysílání představovaly vlastní premiéry podíl 17,7 % pořadů, v druhé sledované fázi byl podíl 25,3 % pořadů. Ztrojnásobilo se zastoupení opakovaných vlastních

¹⁹⁸ Příloha č. 40.

¹⁹⁹ Příloha č. 41.

pořadů. Opačný proces nastal u odhadovaných zahraničních premiér (ze 42,7 % na 17,3 %) a repríz (z 24,8 % na 44,5 %). Opakování české/československé tvorby se pohybovalo kolem čtyř procent. V prvním měsíci byl zvýšený výskyt nezjištěných pořadů – 6,2 %, z toho ale jen 8,1 % připadalo na českou tvorbu, takže dopad na podíl vlastních premiér by byl minimální, v případě odhadů zahraniční produkce by byl zachován trend poklesu premiér.²⁰⁰

Vztah originality a žánrů byl následující: v souvislosti s formáty byly vlastní premiéry zastoupeny ve 39,9 % zpravodajstvím a publicistikou, ve 20,5 % magazínem, v 18,8 % zábavními show, v 11,9 % soutěži, 8,2 % seriálem a ojedinele filmem. V premiéře ani repríze nemá TV Barrandov zastoupen formát reality show. Z hlediska obsahových žánrů se vlastní premiéry z 51,7 % skládají ze zábavních pořadů, ze 40,1 % ze zpravodajství, z 5,9 % z komedie a z 2,2 % z dokumentu.

Odhadované zahraniční premiéry byly tvořeny formáty seriál (82,8 %), film (8 %) nebo reality show (6,3 %), minoritně zpravodajství a publicistika, magazín a zábavní show. Zatímco premiéry zahraničních seriálů představovaly v rámci svého formátu podíl jenom 37,6 % (oproti 53 % zahraničních repríz), v reality show byl poměr zahraničních premiér v rámci formátu na úrovni 51,9 %. Zeměmi původu u odhadovaných zahraničních premiér byly označeny Německo (33,4 %), Velká Británie (13,4 %), Itálie (11,9 %), Francie (8,6 %), USA (7,1 %), Austrálie (5,6 %) nebo Rakousko s Argentinou (obě 4,6 %). Minoritně šlo o země Slovensko, Španělsko, Belgie, Nizozemsko, Švýcarsko, Ukrajina, Turecko, Kanada a Peru.

Z českých/československých opakovaných pořadů šlo pouze o formáty seriál (59,2 %) a film (40,8 %).

Vlastní premiérové zpravodajství a publicistika představuje v rámci celkového zastoupení tohoto formátu ve vysílání TV Barrandov podíl 89,4 %, vlastní premiérový magazín má v rámci všech představitelů tohoto formátu podíl 70,9 %, zábavní show 54,7 % a soutěž 50,5 %. Pouze vlastní premiérový film a seriál je ve vysílání zastoupen minoritně.

Průměrný rok výroby pořadů vysílaných na stanici TV Barrandov je zaokrouhleně 2006.

²⁰⁰ Příloha č. 42.

6. Vyvozená zjištění

6.1 Hypotéza 1

Potvrdilo se, že na šesti z osmi zkoumaných televizních stanic jsou Spojené státy americké nejčastějším producentem vysílaného obsahu. Pouze dvě stanice jdou proti tomuto trendu, kdy se USA nachází z hlediska podílu na vysílaných pořadech přinejlepším na třetím místě. Jde o stanici Telka a TV Barrandov, obě ve vysílání upřednostňují českou tvorbu, Telka dál vysílá pořady z Chorvatska, Turecka a Slovenska, TV Barrandov má jako druhý hlavní zdroj Německo, pak Velkou Británii, Francii a Itálii.

Čistě statisticky je průměr všech sledovaných stanic takový, že pořady z USA disponují 51,6% podílem v souhrnném vysílání. Český divák tak má šanci, že každý druhý program pochází ze Spojených států amerických. V této statistice druhou nejsilnější skupinu tvoří české pořady – 22,4 %, další země původu jsou zastoupeny v malé míře. Velká Británie má podíl 5,9 %, Německo 4,9 % nebo Kanada 4,3 %. Celkem se během pozorování tří měsíců pozemního digitálního vysílání vystřídaly čtyři desítky zemí, ale výše uvedený výčet potvrzuje tezi o dalším využívání standardních zdrojů. Za progresivní země v oblasti rozvoje televizních formátů se považují Nizozemsko, skandinávské státy nebo Izrael. Z Nizozemska se do vysílání vybraných osmi stanic dostalo celkem deset jednotlivých pořadů, ze Švédska a Izraele tři a z Dánska dva. Kladně můžeme hodnotit jedině solidní zastoupení britské tvorby.

Zároveň jsou kulturně blízké regiony, jejichž podíl tvorby v našem vysílání je pozoruhodně nízký – Slovensko má 1,4 % pořadů, Polsko 0,1 % a Rakousko 0,2 %. Dlouhodobě existuje producentská provázanost mezi stanicemi Nova a Markíza, respektive Prima a Joj, ale vůbec nefunguje na úrovni sdílení výběru z produkce, která by mohla české vysílání obohatit.

Rovněž je zklamáním, že menšinově zastoupené země původu jsou žánrově zdrojem seriálového a filmového formátu. Formát zábavní show, případně zábavního pořadu z hlediska obsahového žánru jsou hlavně produkovány u nás, ve větší míře je doplňují slovenské pořady, USA, Velká Británie a Kanada. Reality TV je hlavně americká, posléze česká a britská. Některé, spíše nečekané státy, se do výběru dostaly

proto, že jejich obsah je ze sta procent tvořen soap operou (Ukrajina, Chorvatsko, Rumunsko).

Zjištěné rozložení sil by pravděpodobně neovlivnilo rozšíření výzkumu na další subjekty. Současně s výzkumem byla provedena drobná analýza jednoho regionálního subjektu – TV Metropol, jehož program je ze sta procent tvořen materiálem českého původu, z čehož je třetina premiéra a dvě třetiny reprízy. Tento typ stanic se s ohledem na omezené finanční prostředky, které již způsobily krach několika televizních stanic, omezují na vlastní tvorbu místo investic do zahraničních licencí. Příslibem částečné zahraniční rozmanitosti je ČT art, ale nízká sledovanost tomuto kanálu přisuzuje omezený dopad, který je udržitelný jenom tím, že se jedná o veřejnoprávní kanál a nevysílá celodenně.

6.2 Hypotéza 2

Potvrdilo se, že kontinentálně jsou Asie a Afrika výrazně mimo zájem českých pozemních vysílatelů. Celkový podíl jednotlivých kontinentů ve vysílání je následující: 54,6 % pro Severní Ameriku, 39,6 % pro Evropu a 3,6 % pro koprodukcce. Zbytek se pohybuje v zanedbatelných hodnotách, z nichž pouze tvorba z Austrálie a Oceánie vykazuje známky zaznamenaného zájmu – 1,5 %. Avšak Jižní Amerika má 0,6 % a Afrika shodně s Asií 0,1 %. Vyšší podíl australské tvorby byl zaznamenán ve vysílání Prima Zoom a TV Barrandov, Jižní Amerika na TV Barrandov, Nova Cinema a Prima Love.

Zde se potvrzuje přítomnost kulturní bariéry, případně nepropojenost českého televizního trhu v globálním měřítku. Český divák tudíž v pozemním digitálním vysílání nachází kombinaci amerikanizace a české tvorby, kde není prostor pro nové zkušenosti s televizním prostorem z jiných míst světa.

6.3 Hypotéza 3

Žánrová odlišnost byla zkoumána jako projev atypického formátu a obsahu ve vysílání, která často vyplývala z míšení formátových a obsahových žánrů, které spolu vytvářejí netradiční projev. V součtu všech zkoumaných stanic byla anomálie zaznamenána v podílu 6,5 % pořadů. Bohužel není možnost porovnat tento výsledek

s jinými studii nebo zkušenostmi na zahraničních televizních trzích, ale navzdory na první pohled nízké hodnotě můžeme podíl hodnotit jako nad očekávání vysoký.

Největší zásluhu na ni má stanice TV Fanda, u níž byl zaznamenán podíl 14,9 % vůči zbytku vysílání. Ve svém programu totiž zahrnuje pořady, které různou mírou míchají formáty seriál, magazín, zábavní pořad, reality show a soutěž a obsahové žánry zpravodajství, dokument, reality TV a zábavní pořad.

Vysoký podíl vykazuje i TV Barrandov, u níž bylo za žánrově odlišné označeno 11,2 % pořadů, k čemuž stanici dopomohl mix dětských pořadů, ale značnou část tvoří i zábavní pořady či dokumenty.

Třetí nejvyšší podíl vykazala Prima Cool s 9,7 %, u níž se tato skutečnost žánrově týká formátu reality show, magazínů a seriálů s obsahovými žánry reality TV, zábavních pořadů a dokumentů.

S ohledem na výsledky zastoupení zemí původu je logické, že nejčastěji se žánrová odlišnost týkala pořadů z USA, ČR a Velké Británie. V malém množství, v jakém se objevovaly jiné státy, nelze do vysílání vnést něco jiného viditelně.

Naneštěstí problémem kvantitativního výzkumu je, že nelze specifikovat kvalitativní přínos tohoto jevu. Nelze tak s určitostí říct, že přesahování limitů žánru s sebou nese i kvalitu zpracování či konkrétního provedení. Nicméně je nezbytné dívat se na experimenty jako na přínosný proces, kterým se vytyčují další možnosti televizního média.

6.4 Hypotéza 4

Hodnocení splnění této hypotézy je nutné brát s rezervou. Statistiky ukazují ve všech případech, že televizní stanice vysílají větší množství premiérováného materiálu ze zahraničí než premiéry své vlastní produkce. Týká se to přitom i těch stanic, u nichž byl zjištěn dominantní podíl české tvorby.

Výše bylo popsáno, že nebylo možné zcela přesně stanovit podíl zahraničních premiérováných a reprízovaných pořadů. Tudíž je nutné zmínit, že v mnoha případech je vyšší podíl zahraničních premiér nad domácími dán minimálním rozdílem, který by mohla změnit statistická odchylka. Týká se to stanic Nova Cinema (vlastní premiéry mají 3,6 % oproti zahraničním 3,7 %) a Fanda (vlastní premiéry mají 11,9 % oproti zahraničním 12 %). Rozdíl do tří procent se nachází u Prima Love, Telky a TV Barrandov. Jednoznačný odstup je u Prima Cool, Prima Zoom a Smíchovu.

Opět zde můžeme teoreticky zvažovat další subjekty digitálního pozemního vysílání, k nimž bylo řečeno, že sestavují svůj program z vlastní tvorby, čímž dosahují vyššího podílu vlastních premiérováných pořadů.

Hypotézu tedy označuji za částečně splněnou. Některé televizní stanice nabízejí ve srovnání se zahraničními pořady srovnatelné množství svého premiérováného obsahu, avšak převaha se v celkovém náhledu nachází na straně zahraničních premiér.

6.5 Hypotéza 5

Jednotlivé televizní stanice k opětovnému využívání svých pořadů přistupují s různým rozsahem. Celková statistika vykazuje podíl 16,1 %, ovšem je deformovaná stanicí Telka, která reprízu pořadů svých a svých sesterských stanic užívá v 81,8 % případů. Jindy se do vysílání dostává přibližně polovina množství co premiérováného – Prima Cool, Nova Cinema a Fanda. U TV Barrandov je to jen třetina množství premiérováného materiálu. Stanice Smíchov pak nevysílá žádnou premiéru vlastních pořadů a opakování se objevuje v 11,2 % případů.

Hypotéza se tak potvrdila částečně v oblasti kanálů spadajících k zavedeným televizním producentům Nova a Prima (čtyři využívají, tři ne). TV Barrandov jako samostatný kanál naopak vykázal obranu vůči nadbytečnému reprízování, ovšem kdyby se do výzkumu dostaly jiné samostatné subjekty, mohlo by to být jinak. Důkazem je i dílčí výzkum na TV Metropol, která opakuje své vysílání v 66,3 % vysílaných pořadů.

6.6 Vliv procesu digitalizace na hlavní televizní kanály analogového vysílání

Jako doplněk ústředního záměru diplomové práce byl proveden dílčí výzkum týkající se čtyř původních stanic doby analogového terestrického vysílání, které se staly rovněž nedílnou součástí terestrického digitálního vysílání. Jmenovitě se jedná o ČT1, ČT2, TV Novu a FTV Primu. Byly na ně aplikovány stejné výzkumné kategorie a vzorek tvoří jedno dvoutýdenní období v roce 2004 a jedno dvoutýdenní období v roce 2014. Bylo nezbytné provést zjištění, které by pomohlo dát výsledkům ústředního výzkumu kontext celého televizního trhu. Dáno je to už propojením struktur. Původní analogové stanice tak ovlivňují nové digitální a ty vliv opětují nazpátek. Pokud by mezi

každou jednou stanicí vládla základní ekonomická konkurence, mohl být současný obraz terestrického digitálního vysílání odlišný.

Celkový obraz je takový, když si čtveřici hlavních stanic vezmeme souhrnně, že v průměru ubylo vlastních premiér, snížila se žánrová zvláštnost, zvýšil se výskyt formátů seriálu a reality show a obsahového žánru dramatu, ale pokleslo zpravodajství a publicistika. Klesl podíl české tvorby, stoupl podíl amerických pořadů a ubylo ve dvoutýdenním období počet zemí původu bezmála o čtvrtinu.

6.6.1 ČT1

Nejprve se podívejme, jakým vývojem si prošly stanice izolovaně od návaznosti na přidružené kanály, jinými slovy způsobem, který nezahrnuje vzájemnou obsahovou organizaci. Na skladbě vysílání na prvním programu České televize měly v roce 2004 z formátů nejvýraznější podíl zpravodajství a publicistika (30,8 %), magazín (23,4 %) a seriál (22,1 %), mezi pěti a deseti procenty se pohybovalo zastoupení zábavní show, soutěže a filmu, zatímco sportovních pořadů bylo 1,9 % a reality show se tehdy ještě nevyskytovaly. Mezi obsahovými žánry byly preferovanější zpravodajství (33,3 %) a zábavní pořad (30,5 %), více se vysílalo dramata (9 %) než komedií (3,4 %) či soap oper (1,1 %). Dětské pořady měly podíl na vysílání 3,4 %. Žánrová variace, která by značila vymezení vůči limitům žánrů, byla zachycena u 5,5 % pořadů.²⁰¹

Dominantní zemí původu pořadů na ČT1 byla Česká republika (84,7 %), další prostor tvořily pořady z USA (7,5 %), Velké Británie (3,1 %) nebo Francie a Itálie (obě 1,4 %).²⁰² Celkem bylo během dvou týdnů zachyceno devět různých zemí původu, minimální množství asijské tvorby a žádná australská, africká nebo jihoamerická. Vlastní premiéry tvořily program ve 45,5 % případů, zahraniční premiéry v 4,5 % případů. Vlastní opakování bylo zachyceno v 39,6 % případů, zahraniční díla se reprízovala v 10 % případů.²⁰³

O deset let později je skladba formátů velmi podobná. Mezi tři nejfrekventovanější formáty se stále řadí zpravodajství a publicistika, magazín a seriál. Ostatní se pohybují mezi pěti a deseti procenty podílu. Nově se ve vysílání objevuje reality show (2,6 %). Z obsahových žánrů však posílilo zastoupení zábavních pořadů

²⁰¹ Příloha č. 43.

²⁰² Příloha č. 44.

²⁰³ Příloha č. 45.

(36,1 %), stále vysoko zůstává zpravodajský a dramatický obsah. Pokleslo zastoupení dětských pořadů o polovinu původní úrovně. Žánrová zvláštnost byla zaznamenána v 4,6 % případů.²⁰⁴

Vzrostl podíl českých pořadů ve vysílání na 90,1 %, nejvíc kleslo zastoupení USA (na 0,8 %), nicméně během sledovaných dvou týdnů tvořily země původu jenom sedm států, nově třeba Austrálie (1,6 %), z minulých zůstávají a jsou na podobné úrovni Velká Británie, Francie a Itálie.²⁰⁵ Vlastní premiéry se na vysílání podílejí obdobně – 42,9 %, jejich mírný pokles vyvážil mírný vzrůst vlastních repríz – 44,9 %. Malé zahraniční zastoupení také logicky vede k zanedbatelnému množství zahraničních premiér (0,8 %) a mírnému podílu repríz (8,2 %).²⁰⁶

V případě ČT1 tak můžeme mluvit o vyváženosti, která má za následek, že se skladba vysílání navzdory třem (respektive čtyřem, v jednom vysílacím pásmu jsou dvě stanice) novým přidruženým kanálům neodklonila od plnoformátovosti. Nejpatrnější je vliv dětského kanálu ČT:D, který způsobil snížení podílu dětských pořadů, ale naopak existence zpravodajského kanálu ČT24 nezpůsobila radikální pokles zpravodajství a publicistiky na hlavním kanálu. Nové digitální kanály nezpůsobily ani zásadní snížení (přesun na další) ani zvýšení (kumulace toho nejlepšího na hlavním kanále) premiérované produkce, na neměnné úrovni zůstal počet pořadů, které se žánrově vymykají, přičemž vykazují průměrnou míru v porovnání se sledovanými novými digitálními stanicemi – hlavní stanice nepředstavuje prostor pro nadměrné zkoušení experimentů. Protože ale nové digitální veřejnoprávní stanice nesplňovaly kritéria pro zařazení do výzkumu této diplomové práce, nelze nalézt odpověď, jestli se tak jako v zahraničí zkouší nové věci na vedlejších kanálech.

6.6.2 ČT2

I když skladba ČT1 projevila napříč časem odolnost, nelze následně vytvořit předpoklad pro druhý kanál ČT, protože by se ukázal jako mylný, neboť zde došlo k výraznějšímu posunu. V rozdílu let 2004 a 2014 došlo ke snížení zastoupení formátu zpravodajství a publicistika (z 28,6 % na 7,5 %), magazínu (z 27,9 % na 18 %) a sport (z 4,3 % na 0 %). Zde je tedy pozorovatelný dopad vzniku stanic zpravodajství ČT24 a

²⁰⁴ Příloha č. 43.

²⁰⁵ Příloha č. 44.

²⁰⁶ Příloha č. 45.

sportu ČT4. Vzrostl podíl formátu seriálu (z 18,1 % na 49,1 %), zábavní show (z 2,5 % na 7,7 %), nově rovněž přibyla reality show (1,2 %). Film se stabilně pohybuje okolo patnácti procent. V obsahových žánrech se změna zaměření kanálu ukazuje na zvýšení podílu dokumentu (z 35,7 % na 49,3 %) a dále vzrostlo drama (z 4,2 % na 11,9 %). Pokles byl u zpravodajství a dětských pořadů, snížení se ale projevilo i u zábavních show. Propad podílu byl zaznamenán u žánrových odlišností – místo 11,6 % byly vykázány o deset let později jenom u 6,8 % případů.²⁰⁷

V kategorii zemí původu ubylo české tvorby (z 83,6 % na 59,6 %) a vzrostlo zastoupení amerických pořadů (z 5,1 % na 18,6 %). Kromě amerických se ale ve vysílání častěji objevují třeba pořady britské a francouzské (z jednoho dvou procent na necelých devět procent). ČT2 vykazuje oproti prvnímu veřejnoprávnímu programu rozmanitější skladbu zdrojů, která zahrnuje během dvou týdnů až patnáct různých států, a to jak v roce 2004, tak 2014.²⁰⁸ Vlastních premiér ubylo (z 27 % na 12,2 %) a zahraničních bylo více jen mírně.²⁰⁹

6.6.3 TV Nova

U komerčních televizních vysílatelů došlo k jiné proměně, která vychází i z jiného tematického formování nových digitálních kanálů. TV Nova tak na svém hlavním kanálu oproti roku 2004 v současné době zvýšila zastoupení seriálů (z 40,5 % na 50 %) a magazínů (z 8,2 % na 13,1 %), zatímco v ostatních formátech ubírala – zásadně v soutěži (z 8,4 % na 3,7 %) a zábavní show (z 6,6 % na 1,6 %). Kleslo také zastoupení reality show, která v roce 2004 zahrnovala v 2,6 %, posléze v 1 %. V obsahových žánrech stabilně dominuje zábavní pořad (okolo 29 %), stoupl podíl komedie (z 8,2 % na 15,7 %), přestože žánru je věnován nový samostatný kanál Smíchov, a také soap opery (ze 7,9 % na 10,7 %), přestože žánr vykázal vyšší podíl i na jiném přidruženém kanálu Telka. Nicméně více je stále dramatického žánru (20,7 %), i když zmenšil svůj podíl z 27,4 %. Spíše podprůměrná žánrová zvláštnost 3,9 % případů poklesla na 3,1 %.²¹⁰

Zvýšilo se zastoupení v zemích původu jak pro ČR (z 43,2 % na 53,9 %), tak pro USA (z 29,4 % na 36,8 %), což mělo logicky za následek oslabení jiných zdrojů.

²⁰⁷ Příloha č. 46.

²⁰⁸ Příloha č. 47.

²⁰⁹ Příloha č. 48.

²¹⁰ Příloha č. 49.

Přes tři procenta dříve měly státy jako Velká Británie, Francie, Německo nebo Mexiko s mnoha dalšími kolem dvou nebo jednoho procenta, ale v roce 2014 se nad tři procenta dostala jenom Velká Británie. Přitom můžeme rozmanitost zdrojových zemí hodnotit spíš kladně, v obou sledovaných období se vyskytlo víc než deset různých států včetně Dánska nebo Indie.²¹¹ I když vzestup podílu zaznamenala Česká republika i Spojené státy, podíl vlastních premiér se snížil (z 29,7 % na 22 %), ale zahraniční premiéry se lehce zmnožily (z 27,9 % na 31,4 %). Poměr vlastních a zahraničních repríz je vyváženější v roce 2014, ale o malé množství případů převládají zahraniční (34,8 % k 31,4 %).²¹²

Taková je situace, pokud bychom ke stanici TV Nova přistupovali jako k samostatné televizní jednotce. Jenomže pro rozšíření pohledu na současný stav, který je vznikem nových stanic právě mnohem komplikovanější a zároveň komplexnější, je nutné přehodnotit porovnávané jednotky. Tato věc prakticky ztěžuje práci všem, kteří se pokouší hodnotit výkony stanic (mj. sledovanost a od ní odvozený ekonomický potenciál komerčních stanic pro zadavatele reklamy).

Pokud tedy budeme přistupovat ke skupině stanic jako k jedné, a tedy dvoutýdenní výsledky TV Nova z roku 2004 porovnáme se sdruženým dvoutýdenním výběrem nových přidružených stanic TV Nova spolu s hlavní stanicí, zjistíme, že podíl tvorby ze severního amerického kontinentu (Kanada, USA a Mexiko) rovněž vzrostl, tady v tomto případě v průměru na 47,5 %, napříč došlo ke zvýšení podílu formátu seriálu a zábavní show, zatímco se na 3,3 % v průměru snížil podíl zpravodajství a publicistiky. Stanice v průměru méně zahrnují filmy (z 12 % na 7 %) a ostatní formáty se drží stabilně na své úrovni.

Nejzajímavější statistiku přináší průměr vlastních premiér, který přičiněním dalších čtyř stanic klesl TV Nova z 29,7 % na 5,7 % a zahraniční premiéry z 27,9 % na 4,7 %. O deset procent vyšší je v průměru množství vlastních repríz a o necelých čtyřicet procent u zahraničních repríz. Nové stanice nicméně přinášejí prostor pro žánrové novinky, a tak zvyšují průměr žánrové odlišnosti na 4,5 %. To je v úhrnu nejvýraznější klad, ať už se proměna skladby porovnává jen v rámci jednoho programu, nebo ve skupině. Příkladem je zvýšení české tvorby, což nezní zlé, ale tento údaj nekoresponduje s nižším podílem vlastních premiér.

²¹¹ Příloha č. 50.

²¹² Příloha č. 51.

6.6.4 FTV Prima

Vývojem si prošla i druhá komerční stanice FTV Prima. Nejprve představím výsledky bez započítání přidružených stanic. Ve formátech se zvýšilo zastoupení seriálu (z 43,2 % na 54,9 %), přibyla reality show (4,3 %) a lehce stoupl podíl zábavních show (z 3,3 % na 4,3 %). Pokleslo zastoupení zpravodajství a publicistiky (z 17,1 % na 13,5 %) a soutěží (z 3 % na 0 %). Z obsahových žánrů došlo především k růstu podílu dramatu (z 29,9 % na 46,3 %) a poklesu soap oper (z 6,5 % na 1,1 %) a zábavních pořadů (z 29,1 % na 21,8 %). V případě telenovel je vysvětlením vznik Prima Love cílené na ženského diváka, ale kupříkladu dokumenty byly na Primě i dříve zastoupeny málo (1,4 %) a přes jedno procento je stále zařazeno ve vysílání i v roce 2014. Seriál je potom výsadní formát i na Prima Cool, a přesto posílil i na FTV Prima, byť se zde soustředí víc na dramatický žánr než komediální. V charakteristice žánrové zvláštnosti byl zaznamenán vzestup z 3 % na 4,3 %.²¹³

V případě aplikování skupinového pohledu se průměr podílu seriálu zvýší až na 71,9 % a jediným dalším profitujícím formátem je reality show, která by oproti dřívější absenci měla v průměru 5,7 % podílu. V žánrových obsazích se v průměru podíl dramatu naopak snížil na 26,6 % a dorovnala jej komedie s 22,9 %, která je tak na přidružených kanálech častější. Zásadní nárůst, jak bylo naznačeno, je v dokumentech, které zásluhou Prima Zoom mají v průměru podíl 21,9 %. Ostatní žánry se propadly, výrazně zpravodajství a zábavní pořady. Skupinová statistika zvyšuje žánrovou zvláštnost ještě více než samostatná FTV Prima, a to na 7,7 %.

Statistiky mezi porovnáním s FTV Prima a se skupinou stanic Primy je znatelně rozdílnější ještě v podílu premiérového obsahu. U FTV Primy došlo k nárůstu vlastních premiér z 29,1 % na 31 %, avšak ve skupině se podíl propadá na 8 % a dominují zde zahraniční reprízy v 81,8 %. Ty se zvýšily na FTV Prima na 52,6 %, protože došlo k úbytku zahraničních premiér z 22,6 % na 8,9 %.²¹⁴ V zastoupení zemí původu došlo k nárůstu u Severní Ameriky. Zatímco v roce 2004 měla FTV prima přibližně 41,5 %, ve sdružené skupině by byl průměrný podíl 67,6 %. Přitom na FTV Prima je trend spíš snižování podílu pořadů z USA (z 40,5 % na 31,1 %) a nárůst ve prospěch Německa, Rakouska či Itálie, ale ve skupinovém úhrnu se vzestup podílu evropské (nečeské) tvorby neprojevuje.²¹⁵ Celkově tak nové přidružené stanice Primy

²¹³ Příloha č. 52.

²¹⁴ Příloha č. 53.

²¹⁵ Příloha č. 54.

slouží z hlediska rozmanitosti hlavně pro zkoušku žánrových nejednoznačností a pro dokumenty, ale jinak FTV Prima zaznamenala zlepšení v rozmanitosti sama o sobě.

Pozoruhodné bylo sledovat fluktuaci konkrétních pořadů mezi stanicemi, což vytváří i jednu z překážek identifikování premiér mezi reprízami. Pořady, které v roce 2004 vysílala TV Nova, jako M.A.S.H., To je vražda napsala nebo Walker Texas Ranger, se o deset let později nacházejí v programu FTV Primy. Americký seriál Přátelé, který poprvé uváděla Česká televize, se v průběhu času přesunul nejprve na hlavní kanál Primy, nedávno byl ve vysílání TV Nova, kdy seriál uváděli v restaurované širokoúhlé verzi a vysokém rozlišení, a konečně v roce 2014 se domovskou stanicí stal projev digitalizace – kanál Smíchov.

6.7 Věrnost profilu stanice

Pomocí nastavených parametrů lze zjistit, jestli se televizním stanicím dařilo naplňovat vizi svého zaměření. Prima Cool potvrdila svůj profil, vysílala převážně zahraniční pořady s žánrovým důrazem na seriály, drama, komedii a animované pořady. Slabinou je úbytek zahraničních premiér v průběhu času. Prima Love také byla postavená na zahraničních seriálech, zde je přitom pozoruhodné, že ty byly tvořeny spíš žánrem dramatu a komedie než soap opery. Kanál však kvůli seriálům umenšoval podíl dalších žánrů jako magazín nebo reality show, které by cílovou skupinu také měly oslovovat. Prima Zoom si udržela charakter dokumentárního kanálu, který žánrově nenarušovaly formáty magazínu nebo zábavní show, které nejsou charakterizovány exaktní informativností. Kanál si uchoval premiérové bloky a rozšířil je. Ze zahraničně orientovaných kanálů měl nejmenší orientaci výhradně na produkci z USA, což ke světovému charakteru témat náleží.

Nova Cinema sice výrazně čerpala z produkce USA (zdaleka ne bezvýhradně), ale do vysílání s postupem času zařadila i pořady z dalších zemí, a tak byla u tohoto kanálu zaznamenána největší rozmanitost zemí původu. Vzhledem k názvu a zaměření stanice je ovšem problém, že větší podíl v množství pořadů držely seriály, nikoli filmy, a to i s přihlédnutím k rozdílné délce pořadů, kvůli kterým mohou vysílací čas jednoho filmu naplnit dva díly seriálu. Stanice Fanda se nejvíc odkláněla od přesných žánrových limitů, ale vynahrazovala to přínosem v žánrové odlišnosti. Přes padesát procent však

tvořily seriály. Z hlediska zaměření na dospělé muže se ve vysílání neobjevily žádné soap opery ani dětské pořady.

Smíchov dodržel kompletní žánrové zaměření na komedii, skutečně se na něm neobjevily dokumenty, které pravděpodobně zaměnili za magazíny. Objevilo se zde velké množství repríz a nulový podíl vlastní nové tvorby, jak vytýkali recenzenti, ale stanice nabídla i zahraniční premiéry. Telka naplňuje svůj profil, přes 80 % svého programu byly vlastní reprízy, ale na zbytku se podílela i zahraniční tvorba reprízovaná a částečně premiérována. Potvrzeny byly zábavní pořady, z toho hodně soutěže a seriály, z nichž nezapadají do profilu soap opery. Zpravodajství a publicistiky bylo méně. Na TV Barrandov se potvrdil vysoký podíl vlastní tvorby, navíc převážně premiérované. Nejčastějším formátem byl seriál, doprovázený filmem a nezbytností je u plnoformátové stanice solidní podíl zpravodajství. Kromě reality show a sportu se TV Barrandov pustila do všech stanovených žánrů.

Při pohledu na situaci mezi vybranými stanicemi je zřejmé, že stanice, které se udržely a které dosahují sledovanosti alespoň mezi jedním a pěti procenty, vědí, že nelze duplikovat formu, protože diváků není v desetimilionové České republice tolik. Stanice, kterým se podařilo ustálit se, mají pak potenciál rozvíjet svůj program vstříc novým podnětům.

Lze vnímat divácký překryv mezi Prima Cool a Fanda, oba kanály svým programem naplňují zájmy mladých lidí, kteří se chtějí bavit, ale Prima Cool je přitom víc otevřena oběma pohlavím, zatímco Fanda se otevřeně vyhraňuje směrem k mužům. Divácký překryv hrozí i mezi Prima Love a Telkou, které diváčkám nabízejí větší množství soap oper, ale Prima Love je žánrově bohatší i na komedie a drama, zatímco Telka je nostalgicky směřována ke starší generaci. Svůj jasný směr mají Prima Zoom, Nova Cinema a Smíchov, a přestože filmové drama, dokument a komedie mají své podíly napříč kanály, vyhranění je zásadní. Zároveň je ale třeba se bránit zakonzervování, které by současnému digitálnímu prostoru neprospělo. Jedině tyto stanice by mohly český televizní trh proměnit, další, které to chtěly zkusit, ale v samém začátku propadly a neměly pro tento účel dostatek času.

6.8 Hlavní hypotéza

Vytváří nové televizní stanice prostor pro rozmanitou reprezentaci produkce domácí i zahraniční a má tedy proces digitalizace pozemního českého televizního

vysílání přínos? Pozitivně nelze odpovědět, pokud budeme rozmanitost vyžadovat ve všech jejích rozměrech. Jednoduše lze říct, že nové televizní stanice neznamení nové zdroje původu televizního obsahu ani odlišný přístup k žánrům a ani prostor pro nikde jinde uváděnou tvorbu. Přesto bylo prostřednictvím kvantitativního výzkumu zjištěno, že oblast pozemního digitálního vysílání televizních stanic se v případech osmi vybraných televizních kanálů nabízí být v menší míře pořady české i zahraničí uváděné v premiéře, pokrytí všech různých žánrových projevů doplněné v menší míře o odchylky zavedených konvencí a solidní podíl evropské tvorby (zahrnující českou). Jako hlavní nedostatek ze tří zkoumaných parametrů jednoznačně vidím v otázce země výroby, kde existují výrazné mezery, nejen vůči vzdálenějším zdrojům jako je Afrika a Asie, ale i na malém prostoru evropského kontinentu.

Závěr

Přepínání mezi dostupnými kanály digitálního terestrického vysílání bude divákovi trvat déle v porovnání s nabídkou čtyř programů před deseti lety, ale výzkum ukázal, že dojem pouhého zmnožení toho samého obsahu není jenom zdání, ale skutečně napříč vysílaným obsahem převládá homogenita. Stav samozřejmě není černobílý, ale výskyt odlišného obsahu, ať už jde o žánrovou pestrost nebo neobvyklou zemi původu, vyžaduje snahu, aktivní pátrání ze strany diváka místo otevřené pobídky ze strany vysílání, což nekoresponduje s představou televizního média, které vyžaduje pasivitu diváka. Podobně je to s vyjádřením pozitivních stránek, které vyžadují mou snahu namísto snahy televizí předvést se.

Na nových digitálních terestrických stanicích lze najít drobné projevy změny, ale jsou dílčí a vždy v menší míře, než bychom si v ideálním světě nsvázaném logikou ekonomiky představovali. V průměru se žánrová zvláštnost vyskytuje v 6,5 %, tři stanice jsou výrazně nad průměrem, dvě lehce pod a dvě úplně podprůměrem. V zásadě je to přínos, protože všechny čtyři hlavní stanice se nacházejí pod touto průměrnou hodnotou a v průběhu času ještě poklesly, takže přidružené stanice nejenom že kompenzují snížení inovací hlavní čtveřice, ale vytvářejí prostor pro ještě více nového obsahu. Ovšem není ho tolik a vzhledem k dynamice proměn televizního vysílání je pochopitelné, že zájmy diváků směřují k starému známému a oddělení v televizních společnostech pro vytváření programového schématu jim v zájmu sledovanosti vyjdou vstříc. Management nechce riskovat finance a rovněž divák nechce riskovat, že u pořadu, který nezná, ztratí čas.

Fascinace americkou tvorbou je pozoruhodná, masivní nadbytek by byl pochopitelný v devadesátých letech, kdy se kulturní mantinely otevřely západní tvorbě a český divák nalákaný několika málo projevy, které se v době normalizace dostaly do československého televizního vysílání, samozřejmě chtěl víc. Nedivil bych se, kdyby (i s ohledem na vyšší počet kanálů) bylo množství amerických pořadů ještě vyšší než před dvaceti lety, kdy startovaly první komerční kanály. Zvláštní poznámku k tomuto trendu, který se netýká jen České republiky, zmiňuje Jonathan Gray – třeba "britské pořady často ztrácí na světovém trhu, protože se zdají být moc britské, a tudíž moc temné, moc pomalé, neatraktivní a drsné nebo sociopolitické."²¹⁶ V Americe jako centru

²¹⁶ GRAY, Jonathan. *Television entertainment*. London: Routledge, 2008, str. 99.

showbyznysu pravděpodobně dovedli klíčovou podoby zábavy vhodnou pro televizi do struktury, která nejvíc souzní s žádostmi, které mají lidé usadající před televizí.

U nás je jediná barikáda proti tvorbě z USA, s níž se kompenzuje potenciální dominance amerického způsobu života v našich domácnostech skrze televizi jako evoluční vrchol kmenového ohniště, a tou barikádou je vysoké zastoupení českých pořadů, produkce samotných českých vysílatelů.

České producenty sice může omlouvat, že trh v České republice je v podstatě malý, ale tento argument je platný jenom tehdy, pokud se budeme poměřovat s americkými pořady, kterým se povedlo dominovat v našem kulturním prostředí, a tak sebe sama ustavit jako kulturní normu. Přitom řada evropských států, co do velikosti a počtu obyvatel velmi podobných jako Česká republika platí za modernizátory, kteří dokázali najít nové možnosti ve vysílání a následně tím ovlivnit i zbylé trhy. Avšak tyto přímé vlivy naše vysílání míjejí, menší státy jako Nizozemsko, Belgie či Dánsko zaujímají miniaturní podíl ve vysílání, a tak musíme čekat, až se nové formáty uchytí na velkých trzích, aby je naše televize adaptovaly do českého prostředí. Není možnost setkat se s originálem dřív, než o něm ví celý svět.

Nejčastěji se nové žánrové přístupy týkají reality TV či reality show, které se různé dají míchat s dokumenty nebo dramaty, pohybovat se na hraně se soutěží a zábavní show, variovat jednotlivé prvky a tím mást. Tyto mixy se hlavně podílejí na žánrové rozmanitosti zkoumaných digitálních terestrických stanic. Netýká se to úplně lifestyleových pořadů, které třeba v Dánsku "postupně a úspěšně nahradily a integrovaly do sebe elementy komedie, dokumentů, experimentů, her a kvízů, což je jeden z důvodů, proč se jim říká hybridní žánry."²¹⁷ Moje pátrání po hybridních žánrech ve vysílání českých digitálních stanic bylo zavedeno jiným směrem, ale obecně se jedná o zásadní trend, kvůli kterému byla pro výzkum vytvořena kategorie odlišnosti. Jiným případem, kdy jsou klasické žánrové předpoklady narušeny, jsou aktivní pořady, které mají blízko k sebevzdělávání, uměleckým projevům a narušování bezpečného prostoru zábavy vážnými tématy.

Právě narušování zábavného nádechu televizního média je proces, který televize, přinejmenším ty komerční, nedělají rády. Mnozí teoretici se zabývali vztahem tvorby jako umění a televizní podstaty jako byznysu. Nese s sebou risk, protože při vytváření

²¹⁷ GRIPSRUD, Jostein. *Relocating television: television in the digital context*. 1st pub. Editor Jostein Gripsrud. London: Routledge, 2010, str.. 125.

něčeho nového není míra úspěchu předvídatelná.²¹⁸ Gray mluví ve své knize o zlatých pravidlech, které "plodí formule a ty plodí standardizaci. (...) Producenti a distributoři se snaží přizpůsobit diváctvo tak, aby přijali velmi omezený výběr produktů, které neukazují žádnou skutečnou inovaci nebo uměleckost – nýbrž opakování posledního úspěšného produktu."²¹⁹ Můžeme si přitom klást otázku, jestli se čeští televizní vysílatelé museli příliš snažit, aby divákům stačilo málo, nebo jestli je už taková podstata stereotypu, který průměrného člověka vede více ke známému než odlišnému a dříve neviděnému. Nevýhodou pro tvůrce je, že když už přijdou s něčím novým, brzy mohou projít procesem od inovace přes imitaci až k saturaci.²²⁰ Tím se v čase znevýhodňuje podíl originálních věcí a ztrácejí se ve zbytku programu.

Uspokojivější je tak přístup televizí k vysílání pořadů v premiéře, byť by šlo o známé formáty a obsahy (statisticky má na vlastních premiérách podíl žánrová zvláštnost v 17,3 %, nejvíc v jednotlivých kategoriích premiér a repríz, ale žánrových hybridů se zde nachází jen 14,3 % všech zaznamenaných případů, protože vlastních premiér je celkově málo). Pokud nepočítáme stanice, které se soustředí na archivní pořady, je dobré vidět, že se zvyšuje v průběhu času zastoupení vlastních premiér. Skupině Novy se podařilo stejný trend udržet i u zahraničních novinek, ale skupina Primy se naopak po prvotním nasazení velkého množství zahraničních premiér uchýlila k jejich opakování.

Technicky je jedním z vedlejších důsledků digitalizace divácké zmatení. Zatímco dřív bylo relativně snadné sledovat, kde běží premiéra a kde repríza, s nárůstem počtu kanálů je to možné jen u nejslavnějších značek. A spolehnout se na týdenní přehledy televizního programu není cesta. Diváka nezajímá, že zrovna na konkrétním kanále je to poprvé, zásadní je, jestli je to poprvé k vidění na terestrických kanálech. U pořadů, které zůstaly bez povšimnutí, to nevádí a třeba jim to může zajistit i tzv. "druhý život", protože poprvé bylo nasazení špatně načasované, ale přeci nemohou předpokládat, že bychom uvěřili, že seriál jako *Dallas* (původní ze sedmdesátých a osmdesátých let) běží teď v premiéře, když se z něj stal popkulturní fenomén i v našem regionu právě zásluhou vysílání na úplném začátku devadesátých let.

²¹⁸ GRAY, Jonathan. *Television entertainment*. London: Routledge, 2008, str. 23.

²¹⁹ Tamtéž, str. 23.

²²⁰ Tamtéž, str. 24.

Bohatší nabídka programů zůstává příslibem přínosu větší rozmanitosti, než že by fakticky představovala už dnes jednoznačnou rozmanitost. Budoucí rozvoj bude s ohledem na zjištěné proměny sledovaných stanic v průběhu času spíše pomalý, než že by akceleroval, ale i drobná zlepšení by byla vhodnější, než aby se současný stav zakonzervoval. Hlavní vysílací stanice se novému rozložení sil přizpůsobují pomalu, což je dáno i tím, že konkrétnější profilace vedlejších kanálů je dána svobodnějším přístupem oproti reprezentativní funkci "prvního" kanálu, který se skládá z různých žánrů a který je stále prvotním nositelem vlastních novinek. Nové digitální stanice terestrického vysílání je pak přiměřeně doplňují, jdou vstříc konkrétnějším diváckým segmentům a umožňují více prozkoumávat další podoby televizního vysílání, které si stále drží důležitý společenský status.

Summary

It will take longer time for the audience to switch between available channels of digital terrestrial broadcasting than it have ten years ago when there were only four channels. Yet the research has demonstrated that the impression of mere multiplications of the similar content is not only the impression. Really, uniformity prevails across broadcasted content. Reality is not black and white obviously, but the appearance of various genres or origin country requires effort, active stand by viewer while there should be initiative by the broadcaster. The actual situation doesn't match with the image of passive audience. So it is with the expression of the positive aspects. They demand my effort instead of television broadcasting trying to show off.

There can be found little signs of change in the programme of new digital terrestrial channels, but it is still partial and smaller than we would imagine in the perfect world without bounding rules of the economy. On average, the oddness of genre appeared in 6.5 %, three of the channels are well above, two of them are just under and the rest of two is very low. Essentially, it is benefit, because all four main channels can be found below this average and are decreasing through the time. Affiliated channels not only compensate the reduced innovation, but represent place for another more. Indeed, it is not very much and according to the dynamics of the changes in the TV broadcasting we can understand that the interest of the audience is targeted forward to the old and familiar one and the programming department is rather to meet this demand.

The dazzling by the American TV production is remarkable. This massive glut would be understandable in the nineties when the society found its free way to the western products. And yet it wouldn't be surprising if the present amount of American production would be found even bigger than it was twenty years ago when the first local commercial TV broadcasters began their business. Our only defensive against this U.S. dominance happened to be the Czech production. The size of Czech TV market could be accepted as an excuse, but only when comparing with the USA which have taken the role of culture standard in our region. Otherwise we can find another smaller countries in the Europe and yet they are capable of being important player in the worldwide game of finding new forms. Czech audience must wait until European innovation are first taken by the largest TV productions and then they are relocated to us. Usually new genre hybrids appeared in the category of Reality TV that can be mixed with documentary, drama, quiz show or popular entertainment. Standard genres are also

disrupted by the active content which is educational, artistic, or it simply break the safe space of TV entertainment.

TV's attitude to the premiere programme parts is much more satisfactory. It is even increasing through the time unless we count channels orientated on the archives of TV broadcasters. Technically it would be much better if the TV channels in their printed or online programme schedule don't overuse the label "premiere", especially in the cases we are familiar with the fact it was already broadcasted, like drama Dallas. Audiences is mistaken and it creates fake image that is based on the fact it is aired for the first time on this channel, even though it was presented on the other channels before.

Richer menu of channels remains only the promise of diversity while it is not divergent in the present. Further development will probably be slower according to discovered tendencies in the broadcasted content so far. Even improvement step by step is better than the preserve of contemporary statistics. Four main channels adapted slowly to the changes, they have kept their full ranged genre orientation while the new ones give space for the tryouts. The premieres of the own production remain domain of the old four channels. There is opened space created by new channels. There can be explored possibilities of this type of media because next to the grossing importance of new media, TV preserves its important community status.

Použitá literatura

Knihy:

CREEBER, Glen, Toby MILLER a John TULLOCH. *The Television Genre Book*. 2nd ed. New York, NY: Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute, 2008, 214 s. ISBN 18-445-7217-X.

BEDNÁŘ, Jiří. *Digitální televize: [populární průvodce technologií DVB-T]*. 1. vyd. Praha: Sdělovací technika, 2006, 115 s. ISBN 80-866-4511-8.

DUSPIVA, Zdeněk. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*. Praha: Votobia, 2004, 146 s. ISBN 80-722-0169-7.

GRAY, Jonathan. *Television entertainment*. London: Routledge, 2008, xi, 209 s. Communication and society (Routledge (Firm)). ISBN 04-157-7223-0.

GRIPSRUD, Jostein. *Relocating television: television in the digital context*. 1st pub. Editor Jostein Gripsrud. London: Routledge, 2010, 275 s. Comedia. ISBN 978-020-3851-371.

KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2004, 413 s. ISBN 07-619-1545-1.

PETRUCHA, Dan. Problematika digitalizace televize na příkladu České televize [online]. 2007 [cit. 2014-04-06]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce David Kořínek. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/zp4nhq/>>.

Periodika:

Magazín Dnes + TV: týdenní barevná příloha MF Dnes. Praha: MaFra, 2008.

Týdeník televize. Praha: Bauer Media, 2009, 2011, 2012, 2013, 2014.

Týdeník televize. Praha: Ringier, 2004.

Dokumenty:

- ATO-MEDIARESEARCH. *Měsíční zpráva o sledovanosti: Prosinec 2013*. 2014, 17 s.
- RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 17.06.2008. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/1116676.pdf>.
- RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 23.08.2011. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2334613.pdf>.
- RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 17.07.2012. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2716709.pdf>.
- RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 30.10.2012. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2826765.pdf>.
- RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 04.12.2012. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2939350.pdf>.
- RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 14.05.2013. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/3198748.pdf>.
- RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. 05.11.2013. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/3231439.pdf>.

Internetové zdroje:

- Analogové vysílání v Česku definitivně skončilo. Budoucnost bude patřit hybridnímu. In: *IHned.cz* [online]. 30.11.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-53897210-analogove-vysilani-v-cesku-definitivne-skoncilo-budoucnost-bude-patrit-hybridnimu>.
- AUST, Ondřej. Dokumentární Prima Zoom, čtvrtý kanál Primy, odstartuje 1. února. In: *Mediář* [online]. 10.01.2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/dokumentarni-prima-zoom-ctvrty-kanal-primy-odstartuje-1-unora/>.
- AUST, Ondřej. Fanda měl první měřený týden podíl přes 1 %. Nejvíce diváků přilákal fotbal a box. In: *Mediář* [online]. 09.10.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/fanda-mel-prvni-mereny-tyden-podil-pres-1-nejvic-divaku-prilakal-fotbal-a-box/>.

AUST, Ondřej. První čísla Prima Love: na sledovanosti má podíl 0,64 %. In: *Mediář* [online]. 02.05.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/prvni-cisla-prima-love-na-sledovanosti-ma-podil-064/>.

AUST, Ondřej. Public TV přešla od filmů k lifestylu. In: *Ondřej Aust* [online]. 26.05.2008 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.aust.cz/2008-05-26/public-tv-presla-od-filmu-k-lifestylu/>.

AUST, Ondřej. Teleshoppingová Inzert TV po roce a čtvrt skončila. In: *Mediář* [online]. 20.02.2014 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/teleshoppingova-inzert-tv-po-roce-a-ctvrt-skoncila/>.

AUST, Ondřej. Začala soukromá televize veřejné služby. In: *Ondřej Aust* [online]. 08.06.2007 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.aust.cz/2007-06-08/zacala-soukroma-televize-verejne-sluzby/>.

AUST, Ondřej. Začala televize Country no. 1, druhý kanál Šlágru. In: *Mediář* [online]. 16.04.2004 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/zacal-vysilat-druhy-kanal-slagru-televize-country-no-1/>.

AUST, Ondřej. Zadlužená Public TV končí vysílání. Neúspěch svádí i na mediální agentury. In: *Mediář* [online]. 31.05.2011 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/zadluzena-public-tv-konci-vysilani-neuspech-svadi-i-na-medialni-agentury/>.

AUST, Ondřej. Zadlužená Public TV přestala vysílat v pozemních digitálních sítích. In: *Mediář* [online]. 21.04.2011 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/zadluzena-public-tv-prestala-vysilat-v-pozemnich-digitalnich-sitich/>.

BERÁNEK, Jan. Nová televize Z1 začala vysílat. První byla reklama. In: *IHned.cz* [online]. 01.06.2008 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-25159450-nova-televize-z1-zacala-vysilat-prvni-byla-reklama>.

BURDA, Jan. ČTÚ zveřejnil Technický plán přechodu na digitální vysílání. In: *Digitální televize* [online]. 02.08.2006 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digitalnitem televize.cz/magazin/dvb-t/prechod-na-dvb-t/ctu-zverejnil-technicky-plan-prechodu-na-digitalni-vysilani-tpp.html>.

ČT spouští ČT1 HD, ČT2 HD a ČT Sport HD v DVB-T. In: *Parabola.cz* [online]. 01.05.2013 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/4990/ct-spousti-ct1-hd-ct2-hd-a-ct-sport-hd-v-dvb-t/>.

EICHLER, Pavel. Léčba Šámalem televizi Z1 prospívá, majitel už ji nechce zavřít. In: *IDnes.cz* [online]. 08.12.2009 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/lecba-samalem-televizi-z1-prospiva-majitel-uz-ji-nechce-zavrit-p63-/domaci.aspx?c=A091208_160042_media_pei.

HARTMAN, Ivan. Prima spustí ženský kanál Prima Love, celostátní pokrytí však zatím nemá. In: *IHned.cz* [online]. 17.02.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://life.ihned.cz/c1-50352890-prima-spusti-zensky-kanal-prima-love-celostatni-pokryti-vsak-zatim-nema>.

HOFRIČTEROVÁ, Eva. Televize Prima změnila jméno. A hrozí jí soud. In: *Lidovky.cz* [online]. 03.01.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/televize-prima-zmenila-jmeno-a-hrozi-ji-soud-fm2-/media.aspx?c=A120103_090845_In-media_kim.

CHVÁLA, Tomáš. Prima Cool posouvá hranice – nabídne divákům originální znění s titulky!. In: [online]. 15.06.2011 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.kinobox.cz/clanek/5510-prima-cool-posouva-hranice-nabidne-divakum-originalni-zneni-s-titulky>.

KÁLAL, Jan. Druhá Nova má satelitní licenci a odmítá být "evropskou". In: *DigiZone.cz* [online]. 25.10.2007 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/druha-nova-ma-satelitni-licenci-a-odmita-byt/>.

KÁLAL, Jan. Stručná historie digitalizace v České republice. In: *DigiZone.cz* [online]. 20.07.2007 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/strucna-historie-digitalizace-v-ceske-republice/>.

Kde a jak naladit TV Smíchov. Dnes startuje. In: *Parabola.cz* [online]. 23.12.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/4864/kde-a-jak-naladit-tv-smichov-dnes-startuje/>.

KOIŠ, Juraj. Z1 nabíhá na ekonomický model a úsporný režim. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.09.2009 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z1-nabiha-na-ekonomicky-model-a-usporny-rezim/>.

KÜTNER, Dušan. Přechod na vysílání DVB-T2 by měl řídit stát, zavádění potrvá roky. In: *E15.cz* [online]. 06.11.2013 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://e-svet.e15.cz/technika/prechod-na-vysilani-dvb-t2-by-mel-ridit-stat-zavadeni-potrva-roky-1035579>.

LAVERY, David. A Review of the Television Genre Book, Edited by Glen Creeber. *Television*. vol. 4, issue 3, s. 335-337. DOI: 10.1177/1527476403253989. Dostupné z: <http://tvn.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1527476403253989>.

MIKULKA, Milan. Vlivný podnikatel Soukup koupil od Chrenka TV Barrandov. Televize je ve ztrátě. In: *IHned.cz* [online]. 12.09.2012 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-57447600-vlivny-podnikatel-soukup-koupil-od-chrenka-tv-barrandov-televize-je-ve-ztrate>.

Multiplex 4 a novácká televize Fanda míří do dalších lokalit. In: *RadioTV* [online]. 14.11.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/multiplex-4-a-novacka-televize-fanda-miri-do-dalsich-lokalit/.

Na TV Barrandov se dívá jedno procento diváků. In: *Novinky.cz* [online]. 27.02.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/162483-na-tv-barrandov-se-diva-jedno-procento-divaku.html>.

Nova spustí svůj sedmý kanál Telka na konci února. In: *Mediaguru* [online]. 29.01.2013 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/01/nova-spusti-sedmy-kanal-telka-na-konci-unora/>.

Od rána vysílá nový kanál pro ženy Prima Love, začal fotbalem. In: *Lidovky.cz* [online]. 08.03.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/od-rana-vysila-novy-kanal-pro-zeny-prima-love-zacal-fotbalem-pqw-/media.aspx?c=A110308_102243_In-media_ogo.

PAVEC, Michal. Železný se ujal TV Barrandov. Zakladatel Novy oživí i své Volejte řediteli. In: *IHned.cz* [online]. 01.11.2013 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-61124070-zelezny-se-ujal-tv-barrandov-zakladatel-novy-ozivi-i-sve-volejte-rediteli>.

POLÁK, Lukáš. Analog zmizí z mapy České republiky. Zítra ho vypne Nova. In: *DigiZone.cz* [online]. 11.02.2012 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/analog-zmizi-z-mapy-ceske-republiky-zitra-ho/>.

POLÁK, Lukáš. Inzertní televize Tip TV obnoví vysílání, šířena bude v zemském multiplexu 4. In: *DigiZone.cz* [online]. 16.04.2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/inzertni-televize-tip-tv-obnovi-vysilani-sirena-bude-v-zemskem-multiplexu-4/>.

POLÁK, Lukáš. Radim Pařízek spouští kanály Relax a Rebel. Poradíme, kde a jak je naladit. In: *DigiZone.cz* [online]. 09.09.2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z:

<http://www.digizone.cz/clanky/radim-parizek-spousti-kanaly-relax-a-rebel-poradime-kde-a-jak-je-naladit/>.

POLÁK, Lukáš. Skončila další terestricky šířená stanice, Inzert TV už vysílání neobnoví. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.02.2014 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/skoncila-dalsi-terestricky-sirena-stanice-inzert-tv-uz-vysilani-neobnovi/>.

POLÁK, Lukáš. Televize Pohoda odstartuje v únoru. In: *DigiZone.cz* [online]. 16.11.2011 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/televize-pohoda-odstartuje-v-unoru/>.

POLÁK, Lukáš. TV Pohoda má první živě moderovaný pořad ze studia - Rock Fest. In: *DigiZone.cz* [online]. 20.08.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-ma-prvni-zive-moderovany-porad-ze-studia-rock-fest/>.

POLÁK, Lukáš. TV Pohoda požádá RRTV znovu o vydání licence pro DVB-T. In: *DigiZone.cz* [online]. 20.10.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-pozada-rrtv-znovu-o-vydani-licence/>.

POLÁK, Lukáš. TV Pohoda se vzdala režimu Mini. Hrozila jí pokuta od vysílací rady. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.09.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-se-vzdala-rezimu-mini-hrozila-ji-pokuta-od-vysilaci-rady/>.

POLÁK, Lukáš. V Praze opět ožil test technologie DVB-T2, počítá i se šířením signálu Ultra HD. In: *DigiZone.cz* [online]. 27.02.2014 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/v-praze-opet-ozil-test-technologie-dvb-t2-pocita-i-se-sirenim-signalu-ultra-hd/>.

POLÁK, Lukáš. Vysílání televize Pětka odstartuje Iveta Bartošová. Bude mít vlastní reality show. In: *DigiZone.cz* [online]. 27.09.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/vysilani-televize-petka-odstartuje-iveta-bartosova-bude-tu-mit-vlastni-reality-show/>.

POTŮČEK, Jan. Fanda vstupuje do DVB-T. Ode dneška ho naladíte v multiplexu 4. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.08.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/fanda-vstupuje-do-dvb-t-ode-dneska-ho-naladite-v-multiplexu-4/>.

POTŮČEK, Jan. Active TV posunula ostrý start vysílání s novými pořady na září. Slibuje i akvizici. In: *DigiZone.cz* [online]. 04.07.2013 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/active-tv-posunula-ostry-start-vysilani/>.

POTŮČEK, Jan. Diváci Primy se bouří, nechtějí vysílání RTA. In: *DigiZone.cz* [online]. 03.01.2007 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/divaci-primy-se-bouri-nechteji-vysilani-rta/>.

POTŮČEK, Jan. Janka Vozárová: TV Barrandov chce oslovit neseriálového diváka. In: *DigiZone.cz* [online]. 06.01.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/janka-vozarova-tv-barrandov-chce-oslovit/>.

POTŮČEK, Jan. Je správné přejmenovat Galaxii sport na Nova sport?. In: *DigiZone.cz* [online]. 07.09.2008 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/je-spravne-prejmenovat-galaxii-sport-na-nova-sport/>.

POTŮČEK, Jan. Nova Cinema má licenci, odstartuje nejpozději v březnu. In: *DigiZone.cz* [online]. 26.10.2007 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/nova-cinema-nejpozdeji-v-breznu/>.

POTŮČEK, Jan. Óčko jde do multiplexu 3, bude celoplošné. V multiplexu 4 končí. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.06.2012 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/ocko-vstoupilo-do-multiplexu-3-bude-v-nem-celoplosne-v-multiplexu-4-konci/>.

POTŮČEK, Jan. Radim Pařízek získal třetinový podíl v hudebním kanálu Retro Music Television. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.08.2013 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/radim-parizek-koupil-tretinovy-podil-v-hudebnim-kanalu-retro-music-television/>.

POTŮČEK, Jan. Regionálních multiplexů DVB-T v Česku přibývá, přichystali jsme jejich přehled. In: *DigiZone.cz* [online]. 09.05.2013 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/regionalnich-multiplexu-dvb-t-pribyva-prichystali-jsme-jejich-prehled/>.

POTŮČEK, Jan. Startuje „nový“ multiplex 4. Kde ho naladíte a co nabídne?. In: *DigiZone.cz* [online]. 25.06.2012 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/startuje-novy-multiplex-4-kde-ho-naladite-a-co-nabidne/>.

POTŮČEK, Jan. Startuje Prima Zoom, čtvrtý kanál skupiny Prima. Nenaladí ho ale všichni. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.02.2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z:

<http://www.digizone.cz/clanky/startuje-prima-zoom-ctvrty-kanal-skupiny-prima-nenaladi-ho-ale-vsichni/>.

POTŮČEK, Jan. TiP TV ukončila vysílání, v rychlosti zániku předčila dokonce i bulvární Pětku. In: *DigiZone.cz* [online]. 01.07.2013 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tip-tv-ukoncila-vysilani-v-rychlosti-zaniku-predcila-dokonce-i-bulvarni-petku/>.

POTŮČEK, Jan. TV Barrandov pět dní po startu: sledovanost neznámá, konkurence opatrná. In: *DigiZone.cz* [online]. 15.01.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-barrandov-pet-dni-po-startu-sledovanost/>.

POTŮČEK, Jan. TV Metropol se nepřejmenuje, ani nezanikne. Pětka TV vznikne vedle ní. In: *DigiZone.cz* [online]. 07.09.2012 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-metropol-se-neprejmenuje-ani-nezanikne-petka-tv-vznikne-vedle-ni/>.

POTŮČEK, Jan. TV Pohoda zahájila vysílání. Je hodně omezené a označuje se dovětkem „Mini“. In: *DigiZone.cz* [online]. 25.06.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/tv-pohoda-zahajila-vysilani-je-hodne-omezene-a-oznacuje-se-dovetkem-mini/>.

POTŮČEK, Jan. Vladimír Železný se vrací do hry. Koupil podíly v TV Pohoda a multiplexu 4. In: *DigiZone.cz* [online]. 17.02.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/vladimir-zelezny-se-vraci-do-hry-pres-mux-4/>.

POTŮČEK, Jan. Z Novy Cinema se stal neplacený, povinný program v kabelu a IPTV. In: *DigiZone.cz* [online]. 12.12.2008 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z-novy-cinema-se-stal-neplaceny-program/>.

POTŮČEK, Jan. Z1 ukončila vysílání, zmizela i z webu. Nahradila ji tisková zpráva J&T. In: *DigiZone.cz* [online]. 25.01.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z1-ukoncila-vysilani-zmizela-i-z-webu/>.

POTŮČEK, Jan. Zpravodajská televize Z1 končí, skupina J&T ji odmítá dál dotovat. In: *DigiZone.cz* [online]. 24.01.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/z1-konci-skupina-jt-ji-odmita-dal-dotovat/>.

Prima COOL od 1. dubna v multiplexu 2 Českých Radiokomunikací. In: *AVMania.cz* [online]. 30. 3. 2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://avmania.e15.cz/prima-cool-od-1-dubna-v-multiplexu-2-ceskych-radiokomunikaci>.

Prima Cool startuje. In: *Lidovky.cz* [online]. 31.03.2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/prima-cool-startuje-0qf-/media.aspx?c=A090331_220351_In-media_val.

Prima COOL startuje 1. 4. 2009. In: *SatCentrum* [online]. 05.03. 2009, 08. 03. 2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.satcentrum.com/clanky/3269/prima-cool-startuje-1-4-2009-aktualizovano/>.

Prima Love začne vysílat na MDŽ, program má pro "dámy, které nepřestaly doufat". In: *IDnes.cz* [online]. 17.02.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/prima-love-zacne-vysilat-na-mdz-dmx-/televize.aspx?c=A110217_143058_televize_jaz.

Prima Zoom skončila po měsíci měření na 3,34%. In: *Mediaguru* [online]. 01.03.2013 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/03/prima-zoom-skoncila-po-mesici-mereni-na-334/>.

Regionální TV agentura ukončila vysílání šesti studií. In: *Novinky.cz* [online]. 03.02.2012 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/258135-regionalni-tv-agentura-ukoncila-vysilani-sesti-studii.html>.

Seriály na Primě Cool od dubna 2009. In: *DigiZone* [online]. 5. 3. 2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/texty/serialy-na-prime-cool-od-dubna-2009/>.

SIMKANIČ, Ján. Multiplex 3 - mapy pokrytí (Czech Digital Group). In: *DigiZone.cz* [online]. 06.12.2012 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/texty/mapy-pokryti-multiplex-3-czech-digital-group/>.

SPÁČILOVÁ, Mirka. GLOSA: Telka oprášila Do-re-mi a bude hůř, vrátí se i Hogo Fogo. In: *IDnes.cz* [online]. 22.02.2013 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/vysila-stanice-telka-0rq-/televize.aspx?c=A130222_150850_filmvideo_spm.

SPÁČILOVÁ, Mirka. Staronová TV Smíchov připomíná skládku pro použitou legraci. In: *IDnes.cz* [online]. 24.12.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/nova-tv-smichov-0i4-/filmvideo.aspx?c=A121221_125843_filmvideo_spm.

Startuje Fanda. Jak na trhu rostly nové TV kanály?. In: *Mediaguru* [online]. 14.07.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2012/07/startuje-fanda-jak-na-trhu-rostly-nove-tv-kanaly/#.UxTQq-mPK70>.

ŠESTÁK, Martin. Analog se loučí, digitalizace zvítězila. In: *Česká televize* [online]. 11.11.2011 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/142334-analog-se-louci-digitalizace-zvitezila/>.

Telka zatím se sledovaností pod jedno procento. In: *RadioTV* [online]. 05.03.2013 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/telka-zatim-se-sledovanosti-pod-jedno-procento/.

TV Barrandov startuje na satelitu, DVB-T, kabelu a IPTV. In: *Parabola.cz* [online]. 11.01.2009 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/3385/tv-barrandov-startuje-na-satelitu-dvb-t-kabelu-a-iptv/>.

TV Nova spouští svůj pátý kanál - TV Fanda. In: *Parabola.cz* [online]. 11.07.2012 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/4697/tv-nova-spousti-svuj-paty-kanal-tv-fanda/>.

ŠOLTYS, Adam. Cenu Czech Grand Design získala grafika televize Prima Cool. In: *PCWorld* [online]. 10.03.2010 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://pcworld.cz/novinky/cenu-czech-grand-design-ziskala-grafika-televize-prima-cool-9194>.

VEVERKA, Lukáš. Zlatý Promax za Prima LOVE. In: *Design Portál: magazín o designu a grafice* [online]. 14.07.2011 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://www.designportal.cz/motion_design/prima-love-zlaty-promax.html.

VYLEŤAL, Martin. Prima Cool získala licenci a může odstartovat. In: *Parabola.cz* [online]. 19.2.2009 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/clanky/3426/prima-cool-ziskala-licenci-a-muze-odstartovat/>.

Seznam příloh

- Příloha č. 1: Kódovací kniha (dokument)
- Příloha č. 2: Žánrové formáty a obsahové žánry na Prima Cool (tabulka)
- Příloha č. 3: Žánrová zvláštnost a její podíl v obou žánrových kategoriích (tabulka)
- Příloha č. 4: Proměna žánrové skladby na Prima Cool (tabulka)
- Příloha č. 5: Žánrové formáty a obsahové žánry na Prima Love (tabulka)
- Příloha č. 6: Žánrová zvláštnost na Prima Love (tabulka)
- Příloha č. 7: Proměna žánrové skladby na Prima Love (tabulka)
- Příloha č. 8: Žánrové formáty a obsahové žánry na Prima Zoom (tabulka)
- Příloha č. 9: Proměna žánrové skladby na Prima Zoom (tabulka)
- Příloha č. 10: Žánrové formáty a obsahové žánry na Nova Cinema (tabulka)
- Příloha č. 11: Žánrová zvláštnost na Nova Cinema (tabulka)
- Příloha č. 12: Proměny žánrové skladby na Nova Cinema (tabulka)
- Příloha č. 13: Žánrová skladba na Fandovi (tabulka)
- Příloha č. 14: Žánrová zvláštnost na Fandovi (tabulka)
- Příloha č. 15: Proměna žánrové skladby na Fandovi (tabulka)
- Příloha č. 16: Žánrová skladba na Smíchově (tabulka)
- Příloha č. 17: Žánrová odlišnost na Smíchově (tabulka)
- Příloha č. 18: Proměna žánrové skladby na Smíchově (tabulka)
- Příloha č. 19: Žánrová skladba Telky (tabulka)
- Příloha č. 20: Žánrová odlišnost na Telce (tabulka)
- Příloha č. 21: Proměna žánrové skladby na Telce (tabulka)
- Příloha č. 22: Žánrová skladba na TV Barrandov (tabulka)
- Příloha č. 23: Žánrová odlišnost na TV Barrandov (tabulka)
- Příloha č. 24: Proměna žánrové skladby na TV Barrandov (tabulka)
- Příloha č. 25: Podíly zemí původu na jednotlivých stanicích (tabulka)
- Příloha č. 26: Podíly kontinentů na jednotlivých stanicích (tabulka)
- Příloha č. 27: Premiéry a reprízy na Prima Cool (tabulka)
- Příloha č. 28: Premiéry a reprízy na Prima Cool v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 29: Premiéry a reprízy na Prima Love (tabulka)
- Příloha č. 30: Premiéry a reprízy na Prima Love v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 31: Premiéry a reprízy na Prima Zoom (tabulka)
- Příloha č. 32: Premiéry a reprízy na Prima Zoom v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 33: Premiéry a reprízy na Nova Cinema (tabulka)
- Příloha č. 34: Premiéry a reprízy na Nova Cinema v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 35: Premiéry a reprízy na Fandovi (tabulka)
- Příloha č. 36: Premiéry a reprízy na Fandovi v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 37: Premiéry a reprízy na Smíchově (tabulka)
- Příloha č. 38: Premiéry a reprízy na Smíchově v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 39: Premiéry a reprízy na Telce (tabulka)
- Příloha č. 40: Premiéry a reprízy na Telce v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 41: Premiéry a reprízy na TV Barrandov (tabulka)
- Příloha č. 42: Premiéry a reprízy na TV Barrandov v průběhu času (tabulka)
- Příloha č. 43: Proměna žánrové skladby na ČT1 (tabulka)
- Příloha č. 44: Proměna zemí původu na ČT1 (tabulka)
- Příloha č. 45: Proměna zařazení premiér na ČT1 (tabulka)
- Příloha č. 46: Proměna žánrové skladby na ČT2 (tabulka)

- Příloha č. 47: Proměna zemí původu na ČT2 (tabulka)**
- Příloha č. 48: Proměna zařazení premiér na ČT2 (tabulka)**
- Příloha č. 49: Proměna žánrové skladby na TV Nova (tabulka)**
- Příloha č. 50: Proměna zemí původu na TV Nova (tabulka)**
- Příloha č. 51: Proměna zařazení premiér na TV Nova (tabulka)**
- Příloha č. 52: Proměna žánrové skladby na FTV Prima (tabulka)**
- Příloha č. 53: Proměna zemí původu na FTV Prima (tabulka)**
- Příloha č. 54: Proměna zařazení premiér na FTV Prima (tabulka)**
- Příloha č. 55: Podíl žánrových formátů ve vysílání osmi stanic (graf)**
- Příloha č. 56: Podíl zastoupení zemí původu ve vysílání osmi stanic (graf)**
- Příloha č. 57: Zastoupení vlastních a odhadovaných zahraničních premiér ve vysílání (graf)**

Přílohy

Příloha č.1: Kódovací kniha (dokument)

<p>1) ID pořadu – podle pořadí, prostor dán rozestupy stanic po desetitiscích, např. Prima Cool 1–9 999, Prima Love 10 000–19 999</p> <p>2) TV stanice: 1 – Prima Cool 2 – Prima Love 3 – Prima Zoom 4 – Nova Cinema 5 – Fanda 6 – Smíchov 7 – Telka 8 – TV Barrandov</p> <p>3) Datum: DD.MM.RRRR</p> <p>4) Žánr 1 – formát: 1 – film 2 – seriál 3 – zpravodajství a publicistika 4 – magazín 5 – zábavní show 6 – reality show 7 – sportovní pořad 8 – teleshopping 9 – soutěžní pořad</p> <p>5) Žánr 2 – obsah 1 – drama 2 – soap opera 3 – komedie 4 – dětský pořad 5 – zpravodajství 6 – dokument 7 – reality show 8 – animovaný pořad 9 – zábavní pořad</p> <p>8) Premiérovost 1 – vlastní premiéra 2 – vlastní repríza 3 – zahraniční premiéra 4 – český opakovaný 6 – zahraniční repríza</p>	<p>6) Země původu 1 1 – ČR 2 – Slovensko 3 – USA 4 – Velká Británie 5 – Portugalsko 6 – Španělsko 7 – Francie 8 – Německo 9 – Itálie 10 – Belgie 11 – Nizozemsko 12 – Švýcarsko 13 – Rakousko 14 – Polsko 15 – Maďarsko 16 – Dánsko 17 – Norsko 18 – Švédsko 19 – Finsko 20 – Irsko 21 – Island 22 – Bělorusko 23 – Ukrajina 24 – Řecko 25 – Turecko 26 – Rusko 27 – Čína 28 – Japonsko 29 – Jižní Korea 30 – Indie 31 – Izrael 32 – Mexiko 33 – Venezuela 34 – Brazílie 35 – Kolumbie 36 – Argentina 37 – Kanada 38 – Nový Zéland 39 – Austrálie 40 – Chorvatsko 41 – Rumunsko 42 – JAR 43 – Botswana 44 – Hong Kong 45 – Peru</p>
---	---

7 – nezjištěno	46 – Bulharsko 99 – nezjištěno
9) Kontinent	7) Země původu 2 – opakování proměnných Země původu 1
1 – Evropa	
2 – Severní Amerika	
3 – Asie	
4 – Austrálie a Oceánie	
5 – Afrika	
6 – koprodukce	
7 – Jižní Amerika	
99 – nezjištěno	
10) Rok výroby	
Formát: RRRR	
99 – nezjištěno	
11) Délka	
otevřená otázka	
12) Žánrová odlišnost	
0 – Ne	
1 – Ano	
9 – chybí	

Příloha č. 2: Žánrové formáty a obsahové žánry na Prima Cool (tabulka)

	Počet případů	V procentech
Žánr film	185	8,5
formát seriál	1564	72,0
zpravodajství a publicistika	1	,0
magazín	138	6,4
zábavní show	27	1,2
reality show	138	6,4
sport	14	,6
teleshopping	23	1,1
soutěž	83	3,8
Celkem	2173	100,0
	Počet případů	V procentech
Žánr drama	822	37,8
obsah komedie	477	22,0
zpravodajství	19	,9
dokument	118	5,4

reality TV	146	6,7
animovaný	334	15,4
zábavní	257	11,8
Celkem	2173	100,0

Příloha č. 3: Žánrová zvláštnost a její podíl v obou žánrových kategoriích (tabulka)

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	film	počet	112	0	112
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
formát	seriál	počet	910	41	951
		% v rámci žánru	95,7%	4,3%	100,0%
	magazín	počet	89	19	108
		% v rámci žánru	82,4%	17,6%	100,0%
	zábavní show	počet	9	0	9
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	reality show	počet	9	60	69
		% v rámci žánru	13,0%	87,0%	100,0%
	sport	počet	9	0	9
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	teleshopping	počet	23	0	23
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	soutěž	počet	32	8	40
		% v rámci žánru	80,0%	20,0%	100,0%
Celkem		počet	1193	128	1321
		% v rámci žánru	90,3%	9,7%	100,0%

			Žánrová zvláštnost		Total
			Ne	Ano	
Žánr obsah	drama	počet	488	0	488
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	komedie	počet	301	0	301
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
zpravodajstv í		počet	9	2	11
		% v rámci žánru	81,8%	18,2%	100,0%
dokument		počet	41	41	82
		% v rámci žánru	50,0%	50,0%	100,0%
reality TV		počet	9	68	77
		% v rámci žánru	11,7%	88,3%	100,0%
animovaný		počet	192	0	192
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
Zábavní pořad		počet	153	17	170
		% v rámci žánru	90,0%	10,0%	100,0%
Celkem		počet	1193	128	1321
		% v rámci žánru	90,3%	9,7%	100,0%

Příloha č. 4: Proměna žánrové skladby na Prima Cool (tabulka)

V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	film	47	9,0
formát	seriál	372	71,0
	magazín	59	11,3
	reality show	8	1,5
	sport	7	1,3
	teleshopping	23	4,4
	soutěž	8	1,5
	Celkem	524	100,0

V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
film		138	8,4
seriál		1192	72,3
zpravodajství a publicistika		1	,1
magazín		79	4,8
zábavní show		27	1,6
reality show		130	7,9
sport		7	,4
soutěž		75	4,5
Celkem		1649	100,0
V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr obsah	drama	200	38,2
	komedie	138	26,3
	zpravodajství	7	1,3
	dokument	21	4,0
	reality TV	16	3,1
	animovaný	60	11,5
	zábavní pořad	82	15,6
	Celkem	524	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
drama		622	37,7
komedie		339	20,6
zpravodajství		12	,7
dokument		97	5,9
reality TV		130	7,9
animovaný		274	16,6
zábavní pořad		175	10,6
Celkem		1649	100,0

Příloha č. 5: Žánrové formáty a obsahové žánry na Prima Love (tabulka)

		Počet případů	V procentech
Žánr formát	film	65	3,0
	seriál	1682	76,7
	zpravodajství a publicistika	1	,0
	magazín	166	7,6
	zábavní show	58	2,6

	reality show	193	8,8
	teleshopping	15	,7
	soutěž	14	,6
	Celkem	2194	100,0
		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	517	23,6
obsah	soap opera	353	16,1
	komedie	845	38,5
	dětský	10	,5
	zpravodajství	1	,0
	dokument	25	1,1
	reality TV	193	8,8
	zábavní pořad	250	11,4
	Celkem	2194	100,0

Příloha č. 6: Žánrová zvláštnost na Prima Love (tabulka)

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	film	počet	42	0	42
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
formát	seriál	počet	1094	2	1096
		% v rámci žánru	99,8%	,2%	100,0%
	magazín	počet	83	5	88
		% v rámci žánru	94,3%	5,7%	100,0%
	zábavní show	počet	22	10	32
		% v rámci žánru	68,8%	31,3%	100,0%
	reality show	počet	27	51	78
		% v rámci žánru	34,6%	65,4%	100,0%
	teleshopping	počet	14	0	14
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%

soutěž	počet	9	4	13
	% v rámci žánru	69,2%	30,8%	100,0%
Celkem	počet	1291	72	1363
	% v rámci žánru	94,7%	5,3%	100,0%

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr obsah	drama	počet	330	0	330
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	soap opera	počet	245	0	245
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	komedie	počet	536	0	536
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	dětský	počet	10	0	10
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	dokument	počet	15	5	20
		% v rámci žánru	75,0%	25,0%	100,0%
	reality TV	počet	27	51	78
		% v rámci žánru	34,6%	65,4%	100,0%
	zábavní pořad	počet	128	16	144
		% v rámci žánru	88,9%	11,1%	100,0%
Celkem		počet	1291	72	1363
		% v rámci žánru	94,7%	5,3%	100,0%

Příloha č. 7: Proměna žánrové skladby na Prima Love (tabulka)

V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	film	21	3,7
formát	seriál	493	87,4
	magazín	20	3,5
	zábavní show	1	,2
	reality show	10	1,8
	teleshopping	14	2,5
	soutěž	5	,9
	Celkem	564	100,0

V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	film	44	2,7
formát	seriál	1189	72,9
	zpravodajství a publicistika	1	,1
	magazín	146	9,0
	zábavní show	57	3,5
	reality show	183	11,2
	teleshopping	1	,1
	soutěž	9	,6
	Celkem	1630	100,0
V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	132	23,4
obsah	soap opera	141	25,0
	komedie	230	40,8
	dětský	10	1,8
	dokument	1	,2
	reality TV	10	1,8
	zábavní pořad	40	7,1
	Celkem	564	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	385	23,6
obsah	soap opera	212	13,0
	komedie	615	37,7
	zpravodajství	1	,1
	dokument	24	1,5
	reality TV	183	11,2
	zábavní pořad	210	12,9
	Celkem	1630	100,0

Příloha č. 8: Žánrové formáty a obsahové žánry na Prima Zoom (tabulka)

		Počet případů	V procentech
Žánr	film	571	28,0
formát	seriál	1468	72,0
t	Celkem	2039	100,0

	Počet případů	V procentech
<i>Žánr</i> komedie	4	,2
<i>obsah</i> dětský	1	,0
dokument	2034	99,8
Celkem	2039	100,0

Příloha č. 9: Proměna žánrové skladby na Prima Zoom (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
<i>Žánr</i> film	240	47,5
<i>formát</i> seriál	265	52,5
<i>t</i> Celkem	505	100,0
V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
<i>Žánr</i> film	331	21,6
<i>formát</i> seriál	1203	78,4
<i>t</i> Celkem	1534	100,0

Příloha č. 10: Žánrové formáty a obsahové žánry na Nova Cinema (tabulka)

	Počet případů	V procentech
<i>Žánr</i> film	484	26,8
<i>formát</i> seriál	876	48,5
<i>t</i> magazín	207	11,5
zábavní show	1	,1
reality show	86	4,8
teleshopping	153	8,5
Celkem	1807	100,0
	Počet případů	V procentech
<i>Žánr</i> drama	908	50,2
<i>obsah</i> soap opera	67	3,7
komedie	250	13,8
dětský	128	7,1
zpravodajství	68	3,8
dokument	52	2,9
reality TV	89	4,9
zábavní pořad	245	13,6
Celkem	1807	100,0

Příloha č. 11: Žánrová zvláštnost na Nova Cinema (tabulka)

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	film	počet	275	0	275
		% v rámci žánru	25,3%	,0%	24,0%
formát	seriál	počet	575	0	575
		% v rámci žánru	53,0%	,0%	50,3%
	magazín	počet	139	24	163
		% v rámci žánru	12,8%	40,7%	14,2%
	zábavní show	počet	1	0	1
		% v rámci žánru	,1%	,0%	,1%
	reality show	počet	8	34	42
		% v rámci žánru	,7%	57,6%	3,7%
	teleshopping	počet	87	1	88
		% v rámci žánru	8,0%	1,7%	7,7%
Celkem		počet	1085	59	1144
		% v rámci žánru	100,0%	100,0%	100,0%

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	drama	počet	560	0	560
		% v rámci žánru	51,6%	,0%	49,0%
obsah	soap opera	počet	41	0	41
		% v rámci žánru	3,8%	,0%	3,6%
	komedie	počet	175	0	175
		% v rámci žánru	16,1%	,0%	15,3%
	dětský	počet	73	0	73
		% v rámci žánru	6,7%	,0%	6,4%

zpravodajství	počet	68	0	68
	% v rámci žánru	6,3%	,0%	5,9%
dokument	počet	40	0	40
	% v rámci žánru	3,7%	,0%	3,5%
reality TV	počet	8	37	45
	% v rámci žánru	,7%	62,7%	3,9%
zábavní	počet	120	22	142
	% v rámci žánru	11,1%	37,3%	12,4%
Celkem	počet	1085	59	1144
	% v rámci žánru	100,0%	100,0%	100,0%
				%

Příloha č. 12: Proměny žánrové skladby na Nova Cinema (tabulka)

V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	film	101	20,6
formát	seriál	267	54,4
	magazín	122	24,8
	zábavní show	1	,2
	Celkem	491	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	film	383	29,1
formát	seriál	609	46,3
	magazín	85	6,5
	reality show	86	6,5
	teleshopping	153	11,6
	Celkem	1316	100,0
V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	189	38,5
obsah	soap opera	41	8,4

	komedie	128	26,1
	dětský	10	2,0
	zpravodajství	68	13,8
	dokument	34	6,9
	zábavní pořad	21	4,3
	Celkem	491	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	719	54,6
obsah	soap opera	26	2,0
	komedie	122	9,3
	dětský	118	9,0
	dokument	18	1,4
	reality TV	89	6,8
	zábavní pořad	224	17,0
	Celkem	1316	100,0

Příloha č. 13: Žánrová skladba na Fandovi (tabulka)

		Počet případů	V procentech
Žánr	film	131	6,2
formát	seriál	1232	57,9
	zpravodajství a publicistika	95	4,5
	magazín	67	3,2
	zábavní show	55	2,6
	reality show	47	2,2
	sport	215	10,1
	teleshopping	249	11,7
	soutěž	35	1,6
	Celkem	2126	100,0
		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	815	38,3
obsah	komedie	16	,8
	zpravodajství	380	17,9

dokument	306	14,4
reality TV	47	2,2
animovaný	125	5,9
zábavní	437	20,6
Celkem	2126	100,0

Příloha č. 14: Žánrová zvláštnost na Fandovi (tabulka)

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	film	počet	43	0	43
	formát	% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	seriál	počet	406	43	449
		% v rámci žánru	90,4%	9,6%	100,0%
	zpravodajství a publicistika	počet	9	0	9
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	magazín	počet	3	16	19
		% v rámci žánru	15,8%	84,2%	100,0%
	zábavní show	počet	29	7	36
		% v rámci žánru	80,6%	19,4%	100,0%
	reality show	počet	4	37	41
		% v rámci žánru	9,8%	90,2%	100,0%
	sport	počet	79	5	84
		% v rámci žánru	94,0%	6,0%	100,0%
	teleshopping	počet	113	0	113
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	soutěž	počet	4	15	19

	% v rámci žánru	21,1%	78,9%	100,0%
Celkem	počet	690	123	813
	% v rámci žánru	84,9%	15,1%	100,0%

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr obsah	drama	počet	328	0	328
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	komedie	počet	7	0	7
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
zpravodajství	počet	90	18	108	
	% v rámci žánru	83,3%	16,7%	100,0%	
dokument	počet	65	20	85	
	% v rámci žánru	76,5%	23,5%	100,0%	
reality TV	počet	4	37	41	
	% v rámci žánru	9,8%	90,2%	100,0%	
animovaný	počet	48	0	48	
	% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%	
zábavní pořad	počet	148	48	196	
	% v rámci žánru	75,5%	24,5%	100,0%	
Celkem	počet	690	123	813	
	% v rámci žánru	84,9%	15,1%	100,0%	

Příloha č. 15: Proměna žánrové skladby na Fandovi (tabulka)

V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	film	52	11,9
formát	seriál	249	56,8
	zpravodajství a publicistika	63	14,4
	magazín	27	6,2
	zábavní show	15	3,4
	reality show	3	,7
	sport	7	1,6
	teleshopping	6	1,4
	soutěž	16	3,7
	Celkem	438	100,0

V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	film	79	4,7
formát	seriál	983	58,2
	zpravodajství a publicistika	32	1,9
	magazín	40	2,4
	zábavní show	40	2,4
	reality show	44	2,6
	sport	208	12,3
	teleshopping	243	14,4
	soutěž	19	1,1
	Celkem	1688	100,0
V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	175	40,0
obsah	komedie	9	2,1
	zpravodajství	99	22,6
	dokument	75	17,1
	reality TV	3	,7
	animovaný	22	5,0
	zábavní pořad	55	12,6
	Celkem	438	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	640	37,9
obsah	komedie	7	,4
	zpravodajství	281	16,6
	dokument	231	13,7
	reality TV	44	2,6
	animovaný	103	6,1
	zábavní pořad	382	22,6
	Celkem	1688	100,0

Příloha č. 16: Žánrová skladba na Smíchově (tabulka)

		Počet případů	V procentech
Žánr	film	162	5,7
formát	seriál	1971	69,9
	magazín	114	4,0
	zábavní show	439	15,6
	reality show	1	,0
	teleshopping	134	4,8
	Celkem	2821	100,0
		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	9	,3
obsah	komedie	1409	49,9
	dětský	715	25,3
	zábavní pořad	688	24,4
	Celkem	2821	100,0

Příloha č. 17: Žánrová odlišnost na Smíchově (tabulka)

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	film	počet	89	0	89
formát		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	seriál	počet	1235	0	1235
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	magazín	počet	45	12	57
		% v rámci žánru	78,9%	21,1%	100,0%
	zábavní	počet	229	8	237
	show	% v rámci žánru	96,6%	3,4%	100,0%
	teleshopping	počet	70	0	70
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
Celkem		počet	1668	20	1688
		% v rámci žánru	98,8%	1,2%	100,0%

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	drama	počet	7	0	7
	obsah	% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	komedie	počet	919	0	919
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	dětský	počet	398	0	398
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	zábavní pořad	počet	344	20	364
		% v rámci žánru	94,5%	5,5%	100,0%
Celkem		počet	1668	20	1688
		% v rámci žánru	98,8%	1,2%	100,0%

Příloha č. 18: Proměna žánrové skladby na Smíchově (tabulka)

V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	film	41	7,2
formát	seriál	434	76,1
	zábavní show	82	14,4
	teleshopping	13	2,3
	Celkem	570	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	film	121	5,4
formát	seriál	1537	68,3
	magazín	114	5,1
	zábavní show	357	15,9
	reality show	1	,0
	teleshopping	121	5,4
	Celkem	2251	100,0
V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	komedie	325	57,0
obsah	dětský	150	26,3
	zábavní pořad	95	16,7
	Celkem	570	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	9	,4
obsah	komedie	1084	48,2

dětský	565	25,1
zábavní pořad	593	26,3
Celkem	2251	100,0

Příloha č. 19: Žánrová skladba Telky (tabulka)

	Počet případů	V procentech
Žánr seriál	559	22,3
formát zpravodajství a publicistika	81	3,2
magazín	460	18,4
zábavní show	505	20,2
reality show	43	1,7
teleshopping	156	6,2
soutěž	699	27,9
Celkem	2503	100,0
	Počet případů	V procentech
Žánr drama	66	2,6
obsah soap opera	469	18,7
komedie	24	1,0
zpravodajství	122	4,9
dokument	25	1,0
reality TV	50	2,0
zábavní pořad	1747	69,8
Celkem	2503	100,0

Příloha č. 20: Žánrová odlišnost na Telce (tabulka)

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr seriál	počet		322	0	322
formát	% v rámci žánru		100,0%	,0%	100,0%
zpravodajství a publicistika	počet		44	5	49
	% v rámci žánru		89,8%	10,2%	100,0%
magazín	počet		265	3	268

	% v rámci žánru	98,9%	1,1%	100,0%
zábavní show	počet	303	3	306
	% v rámci žánru	99,0%	1,0%	100,0%
reality show	počet	0	2	2
	% v rámci žánru	,0%	100,0%	100,0%
teleshopping	počet	92	0	92
	% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
soutěž	počet	413	0	413
	% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
Celkem	počet	1439	13	1452
	% v rámci žánru	99,1%	,9%	100,0%

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr obsah	drama	počet	51	0	51
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	soap opera	počet	257	0	257
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	komedie	počet	14	0	14
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	zpravodajství	počet	82	1	83
		% v rámci žánru	98,8%	1,2%	100,0%
	dokument	počet	15	1	16
		% v rámci žánru	93,8%	6,3%	100,0%
	reality TV	počet	7	2	9
		% v rámci žánru	77,8%	22,2%	100,0%
	Zábavní pořad	počet	1013	9	1022
		% v rámci žánru	99,1%	,9%	100,0%
Celkem		počet	1439	13	1452
		% v rámci žánru	99,1%	,9%	100,0%

Příloha č. 21: Proměna žánrové skladby na Telce (tabulka)

V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	seriál	97	20,6
formát	magazín	87	18,5
t	zábavní show	114	24,2
	teleshopping	18	3,8
	soutěž	155	32,9
	Celkem	471	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	seriál	462	22,7
formát	zpravodajství a publicistika	81	4,0
t	magazín	373	18,4
	zábavní show	391	19,2
	reality show	43	2,1
	teleshopping	138	6,8
	soutěž	544	26,8
	Celkem	2032	100,0
V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	38	8,1
obsah	soap opera	49	10,4
	komedie	10	2,1
	zpravodajství	16	3,4
	dokument	7	1,5
	reality TV	7	1,5
	zábavní pořad	344	73,0
	Celkem	471	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	28	1,4
obsah	soap opera	420	20,7
	komedie	14	,7
	zpravodajství	106	5,2
	dokument	18	,9
	reality TV	43	2,1

zábavní pořad	1403	69,0
Celkem	2032	100,0

Příloha č. 22: Žánrová skladba na TV Barrandov (tabulka)

		Počet případů	V procentech
Žánr	film	192	10,9
formát	seriál	987	56,0
	zpravodajství a publicistika	180	10,2
	magazín	117	6,6
	zábavní show	139	7,9
	reality show	54	3,1
	soutěž	95	5,4
	Celkem	1764	100,0
		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	474	26,9
obsah	soap opera	317	18,0
	komedie	147	8,3
	dětský	140	7,9
	zpravodajství	175	9,9
	dokument	110	6,2
	reality TV	54	3,1
	zábavní pořad	347	19,7
	Celkem	1764	100,0

Příloha č. 23: Žánrová odlišnost na TV Barrandov (tabulka)

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr	film	počet	116	3	119
formát		% v rámci žánru	97,5%	2,5%	100,0%
	seriál	počet	588	74	662

	% v rámci žánru	88,8%	11,2%	100,0%
zpravodajství a publicistika	počet	106	6	112
	% v rámci žánru	94,6%	5,4%	100,0%
magazín	počet	43	8	51
	% v rámci žánru	84,3%	15,7%	100,0%
zábavní show	počet	56	27	83
	% v rámci žánru	67,5%	32,5%	100,0%
reality show	počet	44	6	50
	% v rámci žánru	88,0%	12,0%	100,0%
soutěž	počet	34	0	34
	% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
Celkem	počet	987	124	1111
	% v rámci žánru	88,8%	11,2%	100,0%

			Žánrová zvláštnost		Celkem
			Ne	Ano	
Žánr obsah	drama	počet	289	0	289
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	soap opera	počet	223	0	223
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	komedie	počet	106	0	106
		% v rámci žánru	100,0%	,0%	100,0%
	dětský	počet	16	60	76
		% v rámci žánru	21,1%	78,9%	100,0%
	zpravodajství	počet	103	2	105
		% v rámci žánru	98,1%	1,9%	100,0%

dokument	počet	78	18	96
	% v rámci žánru	81,3%	18,8%	100,0%
reality TV	počet	44	6	50
	% v rámci žánru	88,0%	12,0%	100,0%
zábavní pořad	počet	128	38	166
	% v rámci žánru	77,1%	22,9%	100,0%
Celkem	počet	987	124	1111
	% v rámci žánru	88,8%	11,2%	100,0%

Příloha č. 24: Proměna žánrové skladby na TV Barrandov (tabulka)

V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	film	49	8,7
formát	seriál	349	61,9
	zpravodajství a publicistika	66	11,7
	magazín	15	2,7
	zábavní show	41	7,3
	reality show	44	7,8
	Celkem	564	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	film	143	11,9
formát	seriál	638	53,2
	zpravodajství a publicistika	114	9,5
	magazín	102	8,5
	zábavní show	98	8,2
	reality show	10	,8
	soutěž	95	7,9
	Celkem	1200	100,0
V prvním měsíci vysílání		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	127	22,5
obsah	soap opera	97	17,2
	komedie	85	15,1
	dětský	16	2,8
	zpravodajství	62	11,0

	dokument	82	14,5
	reality TV	44	7,8
	zábavní	51	9,0
	Celkem	564	100,0
V 2. sledované fázi		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	347	28,9
obsah	soap opera	220	18,3
	komedie	62	5,2
	dětský	124	10,3
	zpravodajství	113	9,4
	dokument	28	2,3
	reality TV	10	,8
	zábavní	296	24,7
	Celkem	1200	100,0

Příloha č. 25: Podíly zemí původu na jednotlivých stanicích (tabulka)

			TV stanice							Celkem	
			Prima Cool	Prima Love	Prima Zoom	Nova Cinema	Fanda	Smíchov	Telka		TV Barrandov
Země původu	ČR	Počet	119	255	0	144	351	316	206	608	3854
		% v rámci stanice	5,1%	10,8%	,0%	8,3%	17,8%	11,9%	87,6%	35,7%	22,4%
Slovensko		Počet	3	0	0	1	0	185	50	10	249
		% v rámci stanice	,1%	,0%	,0%	,1%	,0%	7,0%	2,1%	,6%	1,4%
USA		Počet	1842	1576	1027	1187	1008	1981	43	206	8870
		% v rámci stanice	79,0%	66,5%	49,8%	68,7%	51,1%	74,7%	1,8%	12,1%	51,6%
Velká Británie		Počet	116	56	533	42	101	8	0	150	1006
		% v rámci stanice	5,0%	2,4%	25,8%	2,4%	5,1%	,3%	,0%	8,8%	5,9%
	Španělsko	Počet	2	0	0	7	6	0	0	8	23

a	% v rámci stanice	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,5%	,0%
Turecko	Počet	0	0	0	0	0	0	87	33	120
o	% v rámci stanice	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,7%	1,9%	,7%
Rusko	Počet	2	0	0	2	2	0	0	0	6
	% v rámci stanice	,1%	,0%	,0%	,1%	,1%	,0%	,0%	,0%	,0%
Čína	Počet	0	0	0	0	1	0	0	1	2
	% v rámci stanice	,0%	,0%	,0%	,0%	,1%	,0%	,0%	,1%	,0%
Japonsko	Počet	2	0	0	5	0	2	0	0	9
	% v rámci stanice	,1%	,0%	,0%	,3%	,0%	,1%	,0%	,0%	,1%
Jižní Korea	Počet	0	0	0	2	0	0	0	0	2
	% v rámci stanice	,0%	,0%	,0%	,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Indie	Počet	2	0	0	0	0	0	0	0	2
	% v rámci stanice	,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Izrael	Počet	2	0	0	0	1	0	0	0	3
	% v rámci stanice	,1%	,0%	,0%	,0%	,1%	,0%	,0%	,0%	,0%
Mexiko	Počet	1	47	0	0	1	0	0	1	50
	% v rámci stanice	,0%	2,0%	,0%	,0%	,1%	,0%	,0%	,1%	,3%
Venezuela	Počet	0	0	0	19	0	0	0	0	19
	% v rámci stanice	,0%	,0%	,0%	1,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,1%
Brazílie	Počet	2	0	0	0	0	0	0	0	2
	% v rámci stanice	,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Kolumbie	Počet	0	187	0	22	0	0	1	0	210
	% v rámci stanice	,0%	7,9%	,0%	1,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,2%
Argentina	Počet	0	0	0	0	0	0	0	41	41
	% v rámci stanice	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,4%	,2%
Kanada	Počet	133	122	54	86	263	63	0	25	746

Příloha č. 26: Podíly kontinentů na jednotlivých stanicích (tabulka)

			Kontinent			
			Evropa	Severní Amerika	Asie	Austrálie a Oceánie
TV stanice	Prima Cool	Počet	265	1805	2	1
		% v rámci stanice	12,4%	84,3%	,1%	,0%
	Prima Love	Počet	421	1584	0	0
		% v rámci stanice	19,3%	72,7%	,0%	,0%
	Prima Zoom	Počet	737	1068	1	186
		% v rámci stanice	36,5%	52,9%	,0%	9,2%
	Nova Cinema	Počet	288	1179	5	1
		% v rámci stanice	18,0%	73,8%	,3%	,1%
	Fanda	Počet	599	1036	2	0
		% v rámci stanice	35,5%	61,4%	,1%	,0%
	Smíchov	Počet	530	1976	1	2
		% v rámci stanice	20,6%	76,8%	,0%	,1%
	Telka	Počet	2306	41	0	0
		% v rámci stanice	98,3%	1,7%	,0%	,0%
	TV Barrandov	Počet	1308	214	6	51
		% v rámci stanice	74,2%	12,1%	,3%	2,9%
Celkem		Počet	6454	8903	17	241
		% v rámci stanice	39,6%	54,6%	,1%	1,5%

			Kontinent			Total
			Afrika	koprodukc e	Jižní Amerika	
TV stanice	Prima Cool	Počet	2	65	2	2142
		% v rámci stanice	,1%	3,0%	,1%	100,0%
	Prima Love	Počet	0	156	18	2179
		% v rámci stanice	,0%	7,2%	,8%	100,0%
	Prima Zoom	Počet	7	20	0	2019
		% v rámci stanice	,3%	1,0%	,0%	100,0%
	Nova Cinema	Počet	0	84	41	1598
		% v rámci stanice	,0%	5,3%	2,6%	100,0%
	Fanda	Počet	0	49	0	1686
		% v rámci stanice	,0%	2,9%	,0%	100,0%
	Smíchov	Počet	0	64	0	2573

	% v rámci stanice	,0%	2,5%	,0%	100,0%
Telka	Počet	0	0	0	2347
	% v rámci stanice	,0%	,0%	,0%	100,0%
TV	Počet	0	142	41	1762
Barrandov	% v rámci stanice	,0%	8,1%	2,3%	100,0%
Celkem	Počet	9	580	102	16306
	% v rámci stanice	,1%	3,6%	,6%	100,0%

Příloha č. 27: Premiéry a reprízy na Prima Cool (tabulka)

	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	78	3,6
vlastní opakovaný	38	1,7
zahraniční premiéra	223	10,3
zahraniční opakovaný	1804	83,0
nezjištěno	30	1,4
Celkem	2173	100,0

Příloha č. 28: Premiéry a reprízy na Prima Cool v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	7	1,3
zahraniční premiéra	177	33,8
zahraniční opakovaný	312	59,5
nezjištěno	28	5,3
Celkem	524	100,0
V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	71	4,3
vlastní opakovaný	38	2,3
zahraniční premiéra	46	2,8
zahraniční opakovaný	1492	90,5
nezjištěno	2	0,1
Celkem	1649	100,0

Příloha č. 29: Premiéry a reprízy na Prima Love (tabulka)

	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	107	4,9
vlastní opakovaný	145	6,6
zahraniční premiéra	132	6,0
český opakovaný	1	,0
zahraniční opakovaný	1750	79,8
nezjištěno	59	2,7
Celkem	2194	100,0

Příloha č. 30: Premiéry a reprízy na Prima Love v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	4	0,7
vlastní opakovaný	87	15,4
zahraniční premiéra	92	16,3
zahraniční opakovaný	322	57,1
nezjištěno	59	10,5
Celkem	564	100,0

V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	103	6,3
vlastní opakovaný	58	3,6
zahraniční premiéra	40	2,5
český opakovaný	1	0,1
zahraniční opakovaný	1428	87,6
Celkem	1630	100,0

Příloha č. 31: Premiéry a reprízy na Prima Zoom (tabulka)

	Počet případů	V procentech
zahraniční nový	342	16,8
zahraniční opakovaný	1697	83,2
Celkem	2039	100,0

Příloha č. 32: Premiéry a reprízy na Prima Zoom v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
zahraniční premiéra	92	18,2
zahraniční opakovaný	413	81,8
Celkem	505	100,0
V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
zahraniční premiéra	250	16,3
zahraniční opakovaný	1284	83,7
Celkem	1534	100,0

Příloha č. 33: Premiéry a reprízy na Nova Cinema (tabulka)

	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	65	3,6
vlastní opakovaný	37	2,0
zahraniční premiéra	67	3,7
český opakovaný	37	2,0
zahraniční opakovaný	1403	77,6
nezjištěno	198	11,0
Celkem	1807	100,0

Příloha č. 34: Premiéry a reprízy na Nova Cinema v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	3	0,6
vlastní opakovaný	11	2,2
zahraniční premiéra	8	1,6
český opakovaný	7	1,4
zahraniční opakovaný	264	53,8
nezjištěno	198	40,3
Celkem	491	100,0

V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	62	4,7
vlastní opakovaný	26	2,0
zahraniční premiéra	59	4,5
český opakovaný	30	2,3
zahraniční opakovaný	1139	86,6
Celkem	1316	100,0

Příloha č. 35: Premiéry a reprízy na Fandovi (tabulka)

	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	254	11,9
vlastní opakovaný	90	4,2
zahraniční premiéra	255	12,0
zahraniční opakovaný	1400	65,9
nezjištěno	127	6,0
Total	2126	100,0

Příloha č. 36: Premiéry a reprízy na Fandovi v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	90	20,5
vlastní opakovaný	24	5,5
vlastní premiéra	23	5,3
zahraniční opakovaný	198	45,2
nezjištěno	103	23,5
Celkem	438	100,0
V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	164	9,7
vlastní opakovaný	66	3,9
zahraniční premiéra	232	13,7
zahraniční opakovaný	1202	71,2
nezjištěno	24	1,4
Celkem	1688	100,0

Příloha č. 37: Premiéry a reprízy na Smíchově (tabulka)

	Počet případů	V procentech
vlastní opakovaný	315	11,2
zahraniční premiéra	163	5,8
zahraniční opakovaný	2273	80,6
nezjištěno	70	2,5
Celkem	2821	100,0

Příloha č. 38: Premiéry a reprízy na Smíchově v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
vlastní opakovaný	90	15,8
zahraniční premiéra	86	15,1
zahraniční opakovaný	324	56,8
nezjištěno	70	12,3
Celkem	570	100,0
V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
vlastní opakovaný	225	10,0
zahraniční premiéra	77	3,4
zahraniční opakovaný	1949	86,6
Celkem	2251	100,0

Příloha č. 39: Premiéry a reprízy na Telce (tabulka)

	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	13	0,5
vlastní opakovaný	2048	81,8
zahraniční premiéra	38	1,5
český opakovaný	3	,1
zahraniční opakovaný	401	16,0
Celkem	2503	100,0

Příloha č. 40: Premiéry a reprízy na Telce v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	12	2,5
vlastní opakovaný	403	85,6
zahraniční	56	11,9
opakovaný		
Celkem	471	100,0
V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	1	,0
vlastní opakovaný	1645	81,0
zahraniční premiéra	38	1,9
český opakovaný	3	,1
zahraniční	345	17,0
opakovaný		
Celkem	2032	100,0

Příloha č. 41: Premiéry a reprízy na TV Barrandov (tabulka)

	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	404	22,9
vlastní opakovaný	131	7,4
zahraniční premiéra	448	25,4
český opakovaný	71	4,0
zahraniční opakovaný	674	38,2
nezjištěno	36	2,0
Celkem	1764	100,0

Příloha č. 42: Premiéry a reprízy na TV Barrandov v průběhu času (tabulka)

V prvním měsíci vysílání	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	100	17,7
vlastní opakovaný	22	3,9
český nový	241	42,7
český opakovaný	26	4,6

zahraniční opakovaný nezjištěno	140	24,8
Celkem	564	100,0
V 2. sledované fázi	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	304	25,3
vlastní opakovaný	109	9,1
český nový	207	17,3
český opakovaný	45	3,8
zahraniční opakovaný	534	44,5
nezjištěno	1	,1
Celkem	1200	100,0

Příloha č. 43: Proměna žánrové skladby na ČT1 (tabulka)

V roce 2004		Počet případů	V procentech
Žánr	film	49	6,7
formát	seriál	161	22,1
	zpravodajství a publicistika	225	30,8
	magazín	171	23,4
	zábavní show	59	8,1
	sport	14	1,9
	soutěž	51	7,0
	Celkem	730	100,0
V roce 2014		Počet případů	V procentech
	film	46	9,2
	seriál	99	19,8
	zpravodajství a publicistika	134	26,7
	magazín	130	25,9
	zábavní show	36	7,2
	reality show	13	2,6
	soutěž	43	8,6
	Celkem	501	100,0

V roce 2004		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	66	9,0
obsah	soap opera	8	1,1
	komedie	25	3,4
	dětský	71	9,7
	zpravodajství	243	33,3
	dokument	85	11,6
	animovaný	9	1,2
	zábavní pořad	223	30,5
	Celkem	730	100,0
V roce 2014		Počet případů	V procentech
	drama	64	12,8
	soap opera	2	,4
	komedie	36	7,2
	dětský	9	1,8
	zpravodajství	156	31,1
	dokument	45	9,0
	reality TV	8	1,6
	zábavní pořad	181	36,1
	Celkem	501	100,0

Příloha č. 44: Proměna zemí původu na ČT1 (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
ČR	619	84,7
USA	55	7,5
Velká Británie	23	3,1
Španělsko	5	,7
Francie	10	1,4
Německo	2	,3
Itálie	10	1,4
Japonsko	1	,1
Kanada	6	,8
Celkem	731	100,0

V roce 2014	Počet případů	V procentech
ČR	456	90,1
Slovensko	1	,2
USA	4	,8
Velká Británie	18	3,6
Francie	11	2,2
Itálie	8	1,6
Austrálie	8	1,6
Celkem	506	100,0

Příloha č. 45: Proměna zařazení premiér na ČT1 (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	332	45,5
vlastní opakovaný	289	39,6
zahraniční premiéra	33	4,5
zahraniční opakovaný	73	10,0
nezjištěno	3	,4
Celkem	730	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	215	42,9
vlastní opakovaný	225	44,9
zahraniční premiéra	4	,8
český opakovaný	16	3,2
zahraniční opakovaný	41	8,2
Celkem	501	100,0

Příloha č. 46: Proměna žánrové skladby na ČT2 (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
Žánr film	83	15,0
formát seriál	100	18,1
zpravodajství a publicistika	158	28,6

	magazín	154	27,9
	zábavní show	14	2,5
	sport	24	4,3
	teleshopping	6	1,1
	soutěž	13	2,4
	Celkem	552	100,0
V roce 2014		Počet případů	V procentech
	film	92	16,1
	seriál	281	49,1
	zpravodajství a publicistika	43	7,5
	magazín	103	18,0
	zábavní show	44	7,7
	reality show	7	1,2
	soutěž	2	,3
	Celkem	572	100,0
V roce 2004		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	23	4,2
obsah	komedie	8	1,4
	dětský	12	2,2
	zpravodajství	184	33,3
	dokument	197	35,7
	animovaný	1	,2
	zábavní pořad	127	23,0
	Celkem	552	100,0
V roce 2014		Počet případů	V procentech
	drama	68	11,9
	komedie	40	7,0
	dětský	50	8,7
	zpravodajství	33	5,8
	dokument	282	49,3
	zábavní pořad	99	17,3
	Celkem	572	100,0

Příloha č. 47: Proměna zemí původu na ČT2 (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
ČR	445	83,6
Slovensko	15	2,8
USA	27	5,1
Velká Británie	13	2,4
Španělsko	2	,4
Francie	9	1,7
Německo	2	,4
Itálie	2	,4
Nizozemsko	1	,2
Polsko	4	,8
Maďarsko	3	,6
Rusko	1	,2
Japonsko	1	,2
Izrael	1	,2
Kanada	6	1,1
Celkem	532	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
ČR	347	59,6
Slovensko	1	,2
USA	108	18,6
Velká Británie	52	8,9
Španělsko	1	,2
Francie	50	8,6
Německo	4	,7
Itálie	2	,3
Belgie	2	,3
Rakousko	2	,3
Polsko	1	,2
Rusko	6	1,0
Kanada	2	,3
Chorvatsko	4	,7
Celkem	582	100,0

Příloha č. 48: Proměna zařazení premiér na ČT2 (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	149	27,0
vlastní opakovaný	297	53,8
zahraniční premiéra	38	6,9
český opakovaný	1	,2
zahraniční opakovaný	45	8,2
nezjištěno	22	4,0
Celkem	552	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	70	12,2
vlastní opakovaný	268	46,9
zahraniční premiéra	43	7,5
český opakovaný	9	1,6
zahraniční opakovaný	182	31,8
Celkem	572	100,0

Příloha č. 49: Proměna žánrové skladby na TV Nova (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
Žánr film	46	12,1
formát seriál	154	40,5
zpravodajství a publicistika	54	14,2
magazín	31	8,2
zábavní show	25	6,6
reality show	10	2,6
sport	1	,3
teleshopping	27	7,1
soutěž	32	8,4
Celkem	380	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
film	35	9,2

	seriál	191	50,0
	zpravodajství a publicistika	51	13,4
	magazín	50	13,1
	zábavní show	6	1,6
	reality show	4	1,0
	teleshopping	31	8,1
	soutěž	14	3,7
	Celkem	382	100,0
V roce 2004		Počet případů	V procentech
Žánr	drama	104	27,4
obsah	soap opera	30	7,9
	komedie	31	8,2
	dětský	28	7,4
	zpravodajství	62	16,3
	dokument	7	1,8
	reality TV	10	2,6
	zábavní pořad	108	28,4
	Celkem	380	100,0
V roce 2014		Počet případů	V procentech
	drama	79	20,7
	soap opera	41	10,7
	komedie	60	15,7
	dětský	38	9,9
	zpravodajství	43	11,3
	dokument	8	2,1
	zábavní pořad	113	29,6
	Celkem	382	100,0

Příloha č. 50: Proměna zemí původu na TV Nova (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
ČR	175	43,2
USA	119	29,4
Velká Británie	23	5,7

Portugalsko	1	,2
Francie	14	3,5
Německo	17	4,2
Itálie	4	1,0
Japonsko	6	1,5
Mexiko	21	5,2
Kanada	9	2,2
Austrálie	5	1,2
Botswana	1	,2
Peru	10	2,5
Celkem	405	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
ČR	214	53,9
USA	146	36,8
Velká Británie	15	3,8
Francie	4	1,0
Německo	1	,3
Itálie	2	,5
Dánsko	4	1,0
Irsko	1	,3
Indie	4	1,0
Kanada	5	1,3
Nový Zéland	1	,3
Celkem	397	100,0

Příloha č. 51: Proměna zařazení premiér na TV Nova (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	113	29,7
vlastní opakovaný	54	14,2
zahraniční premiéra	106	27,9
český opakovaný	8	2,1
zahraniční opakovaný	99	26,1
Celkem	380	100,0

V roce 2014	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	84	22,0
vlastní opakovaný	120	31,4
zahraniční premiéra	35	9,2
český opakovaný	10	2,6
zahraniční opakovaný	133	34,8
Celkem	382	100,0

Příloha č. 52: Proměna žánrové skladby na FTV Prima (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
Žánr film	39	10,6
formát seriál	159	43,2
zpravodajství a publicistika	63	17,1
magazín	48	13,0
zábavní show	12	3,3
sport	8	2,2
teleshopping	28	7,6
soutěž	11	3,0
Celkem	382	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
film	32	9,2
seriál	191	54,9
zpravodajství a publicistika	47	13,5
magazín	46	13,2
zábavní show	15	4,3
reality show	15	4,3
teleshopping	2	,6
Celkem	382	100,0
V roce 2004	Počet případů	V procentech
Žánr drama	110	29,9
obsah soap opera	24	6,5
komedie	45	12,2

dětský	14	3,8
zpravodajství	63	17,1
dokument	5	1,4
zábavní pořad	107	29,1
Celkem	382	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
drama	161	46,3
soap opera	4	1,1
komedie	42	12,1
dětský	12	3,4
zpravodajství	47	13,5
dokument	4	1,1
reality TV	2	,6
zábavní pořad	76	21,8
Celkem	382	100,0

Příloha č. 53: Proměna zemí původu na FTV Prima (tabulka)

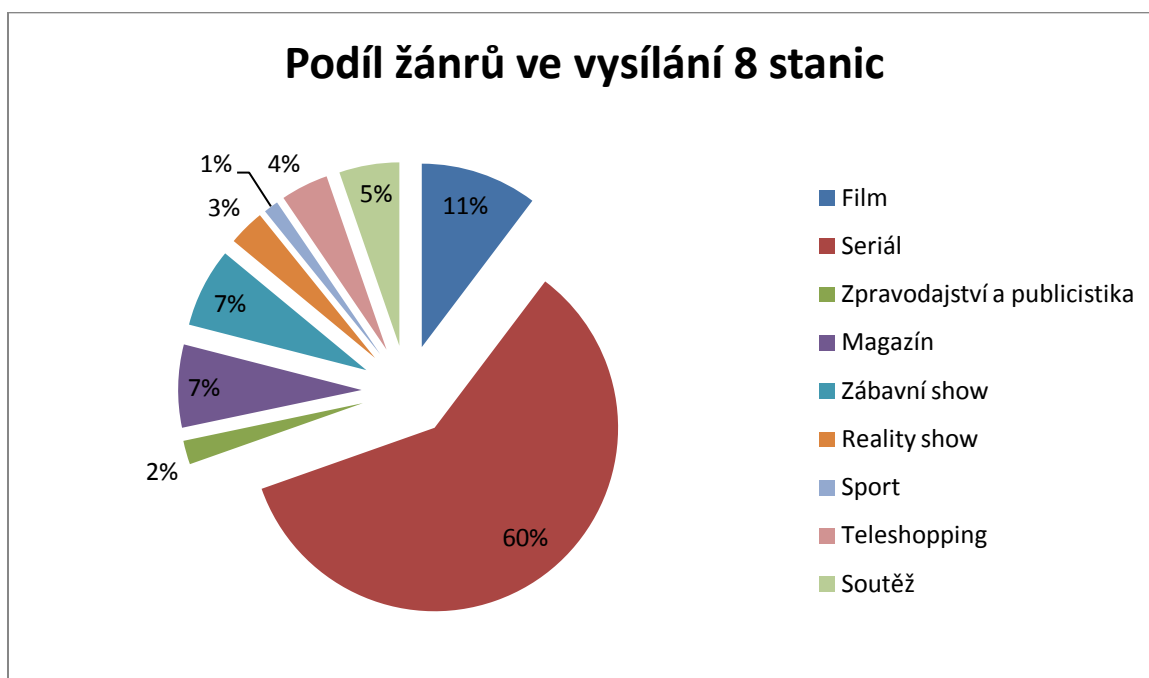
V roce 2004	Počet případů	V procentech
ČR	154	43,6
USA	143	40,5
Velká Británie	9	2,5
Francie	4	1,1
Německo	17	4,8
Itálie	2	,6
Rakousko	10	2,8
Japonsko	1	,3
Mexiko	1	,3
Brazílie	10	2,8
Kanada	2	,6
Celkem	382	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
ČR	134	37,2
USA	112	31,1
Velká Británie	9	2,5

Francie	1	,3
Německo	77	21,4
Itálie	6	1,7
Rakousko	18	5,0
Kanada	3	,8
Celkem	382	100,0

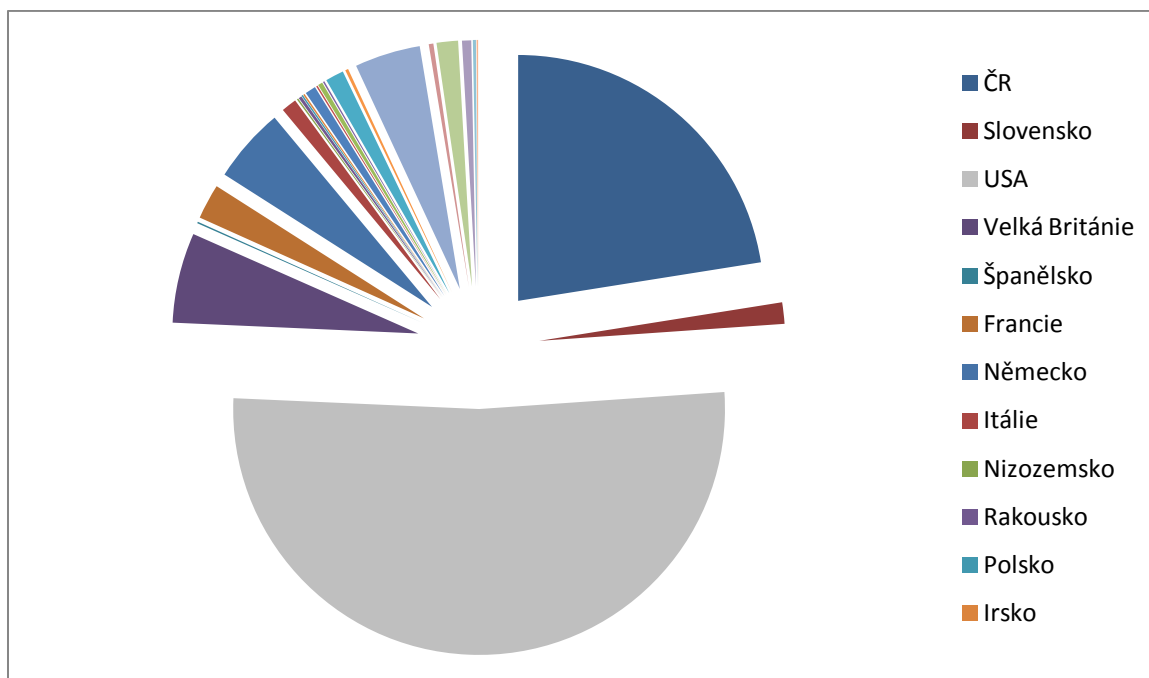
Příloha č. 54: Proměna zařazení premiér na FTV Prima (tabulka)

V roce 2004	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	107	29,1
vlastní opakovaný	24	6,5
zahraniční premiéra	83	22,6
český opakovaný	13	3,5
zahraniční opakovaný	122	33,2
nezjištěno	19	5,2
Celkem	382	100,0
V roce 2014	Počet případů	V procentech
vlastní premiéra	108	31,0
vlastní opakovaný	18	5,2
zahraniční premiéra	31	8,9
český opakovaný	6	1,7
zahraniční opakovaný	183	52,6
nezjištěno	2	,6
Celkem	382	100,0

Příloha č. 55 Podíl žánrových formátů ve vysílání osmi stanic (graf)



Příloha č. 56: Podíl zastoupení zemí původu ve vysílání osmi stanic (graf)



Příloha č. 57: Zastoupení vlastních a odhadovaných zahraničních premiér ve vysílání (graf)

