

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Diplomová práce

2015

Bc. David Bureš

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Bc. David Bureš

**Analýza českých televizních motoristických
magazínů**

Diplomová práce

Praha 2015

Autor práce: **Bc. David Bureš**

Vedoucí práce: **PhDr. Milan Kruml**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2015

Hodnocení:

Bibliografický záznam

BUREŠ, David. *Analýza českých televizních motoristických pořadů*. Praha, 2015. 98 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Milan Kruml.

Abstrakt

Cílem diplomové práce *Analýza českých televizních motoristických pořadů* je bližší charakteristika televizního formátu motoristický (či automobilový) magazín. Práce definuje základní pojmy typické pro danou problematiku, popisuje historii motoristických pořadů v českém prostředí a pomocí obsahové analýzy zjišťuje, co je obsahem dnešních motoristických magazínů vysílaných v českém prostředí. Výsledky obsahové analýzy jsou následně vysvětleny pomocí analýzy historických dokumentů a rozhovoru s jedním z autorů televizního motoristického magazínu. Obsah sledovaných magazínů (Auto Moto Revue, Autosalon a Garáž) je rovněž srovnán s britskou motoristickou show Top Gear a původní podobou Auto Moto Revue, která patří mezi vůbec nejstarší televizní motoristické magazíny na světě.

Abstract

The aim of this thesis *Analysis of Czech television automotive magazines* is to describe characteristic elements of television format entitled motoring (or automotive) magazine. This thesis defines the basic terms typical for the issue, describes the history of motoring magazines in the Czech television environment and through the use of content analysis determines content of today's motoring magazines broadcasted in the Czech television environment. Results of the content analysis are afterwards explained by analysis of historical documents and by an interview with one of the authors of television motoring magazine. The content of the magazines (Auto Moto Revue, Autosalon and Garáž) is also aligned with the British motoring show Top Gear and with the original form of Auto Moto Revue, which ranks among the oldest television motoring magazines in the world.

Klíčová slova

Analýza, Auto Moto Revue, historie magazín, média, motorismus, televize, Top Gear, žánr

Keywords

Analysis, Auto Moto Revue, genre, history, magazine, media, motorist, television, Top Gear

Rozsah práce: 144 371 znaků včetně mezer

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 12. 5. 2015

Bc. David Bureš

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval všem, kteří při tvorbě práce přispěli neocenitelnými radami a připomínkami, zejména vedoucímu práce PhDr. Milanu Krumlovi.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Bureš, David

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2013/2014

E-mail diplomantky/diplomanta:

buresd@gmail.com

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/prezenční

Předpokládaný název práce v češtině:

Analýza českých televizních motoristických magazínů

Předpokládaný název práce v angličtině:

Analysis of Czech television automotive magazines

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

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

LS 2014/2015

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

Televizní motoristické magazíny jsou typem pořadu, který je v českém mediálním bádání dosud opomíjenou problematikou. V současnosti nenajdeme publikaci či diplomovou práci, která by se televizními motoristickými magazíny zabývala. Žánr má přitom v českém prostředí dlouholetou tradici, pořad Auto Moto Revue vysílala Československá televize již v 70. letech. Tato relace je vysílána i dnes, v roce 2014 však prošla rozsáhlou přeměnou, která měla reflektovat změny v tomto žánru. Auto Moto Revue navíc už není jediným takovým pořadem, ale musí počítat s konkurencí z ostatních stanic.

Diplomová práce se bude věnovat otázkám spojeným se změnou podoby těchto pořadů, jež zatím stojí na pozadí jakéhokoli zkoumání.

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

Cílem diplomové práce je podání komplexního obrazu specifického televizního žánru – motoristického magazínu. Na základě analýzy tří pořadů vysílaných v roce 2014 (Auto Moto Revue, Autosalon a Garáž) poukážu na charakteristické znaky tohoto televizního formátu a zmapuji jeho vývoj v průběhu československého a následně českého televizního vysílání.

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

1. Úvod
2. Základní pojmy
Kapitola definuje vybrané pojmy spojené s danou problematikou.
3. Historický vývoj
Kapitola popisuje historický vývoj televizního vysílání v českém prostředí s důrazem na vývoj vysílaných motoristických magazínů do roku 2014.
4. Proměna motoristických magazínů
Kapitola analyzuje rozdíly mezi původním Auto Moto Revue ze 70. let a motoristickými magazíny vysílanými českými stanicemi v roce 2014 – pořady Auto Moto Revue (ČT), Autosalon (Prima) a Garáž (Sport 5).
5. Závěr

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

Auto Moto Revue (1971-2014), Autosalon (2014), Garáž (2014)

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Cílem práce je hlubší poznání problému, proto budu používat kvalitativní metody výzkumu. Na základě komparace tří konkrétních pořadů bude analyzována proměna podoby motoristických pořadů v československém a českém televizním vysílání.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Creeber, Glen: *The television genre book*

Publikace editovaná Glenem Creeberem se zabývá problematikou televizních žánrů. Kniha definuje pojem žánr v souvislosti s televizními studii, další kapitoly charakterizují klíčové televizní žánry. Jejich charakteristiky jsou doplněny o studie konkrétních programů jednotlivých žánrů.

Hendl, Jan: *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*

Kniha se zabývá využitím kvalitativními metodami výzkumu. Autor podává základní informace o strategiích tohoto typu výzkumu, metodách sběru dat a analýzách. Teoretické poznatky jsou v publikaci pro lepší přehlednost doplněny o konkrétní příklady výzkumů.

Motal, Jan: *Nové trendy v médiích II (rozhlas a televize)*

Tato kniha je pedagogickou pomůckou pro studium nových trendů v oblasti rozhlasu a televize. Publikace se snaží pojmut vybrané teoretické problémy v této oblasti, zabývá se i současnou tvorbou a konkrétními díly aktuální mediální tvorby.

Orlebar, Jeremy: *Kniha o televizi*

Název publikace přesně vystihuje její obsah, jedná se o pohled autora na současnou televizní praxi, který je obohacen o teoretické zamyšlení nad smyslem, účelem, působením a vývojem tohoto média. Publikace se mimo jiné zabývá televizní regulací, principem veřejné služby, programovými žánry, specifikem televizního dramatu, postavením televize mezi ostatními současnými médii či prací v televizi.

Osvaldová, Barbora: *Zpravodajství v médiích*

Tato monografie zachycuje současný stav zpravodajství v tištěných, agenturních, rozhlasových, televizních nebo internetových médiích a jejich specifika. Kniha přednáší pohledy pedagogů katedry žurnalistiky FSV na tuto problematiku.

Trampota, Tomáš; Vojtěchovská, Martina: *Metody výzkumu médií*

Publikace seznamuje čtenáře s metodami užívanými při výzkumu médií. Kniha obsahuje jak zásady komerčního výzkumu médií (výzkum sledovanosti, měření efektivity reklamy), tak výzkumu akademického (výzkum mediálních organizací, analýza reprezentace, interpretace textu).

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

Honsová, Pavlína: *Současné trendy ve vývoji televizní zábavy na příkladu pořadu Prostřeno – bakalářská práce (2012)*. Univerzita Karlova: Praha.

Soukup, Tomáš: *Proces výroby vybraných televizních publicistických pořadů – bakalářská práce (2013)*, Vysoká škola ekonomie a managementu: Praha

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.....	2
1. ZÁKLADNÍ POJMY	4
1.1 ÚVOD	4
1.2 TELEVIZE	4
1.3 TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ	4
1.4 TELEVIZNÍ ŽÁNRY	7
1.5 OSTATNÍ POJMY	13
2. VÝVOJ TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ V ČESKÝCH ZEMÍCH	15
2.1 POČÁTKY TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ V ČESKOSLOVENSKU	15
2.2 PRVNÍ MOTORISTICKÉ POŘADY	17
2.3 NÁSTUP AUTO MOTO REVUE	19
2.4 PŘÍCHOD NOVÝCH MOTORISTICKÝCH MAGAZÍNŮ	20
3. TELEVIZNÍ MOTORISTICKÉ MAGAZÍNY V ČESKÉM PROSTŘEDÍ	24
3.1 ÚVOD	24
3.2 AUTO MOTO REVUE	25
3.3 AUTOSALON	27
3.4 GARÁŽ	28
3.5 JIŽ NEVYSÍLANÉ POŘADY	29
3.6 TOP GEAR	33
4. ANALÝZA TELEVIZNÍCH MOTORISTICKÝCH MAGAZÍNŮ	39
4.1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY	39
4.2 METODY VÝZKUMNÉ PRÁCE	41
4.2.1 <i>Obsahová analýza</i>	42
4.2.2 <i>Analýza dokumentů a rozhovor</i>	45
4.3 VÝSLEDKY OBSAHOVÉ ANALÝZY	46
4.4 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ	52
4.4.1 <i>Dnešní Auto Moto Revue</i>	52
4.4.2 <i>Autosalon</i>	55
4.4.3 <i>Garáž</i>	58
4.4.4 <i>Původní Auto Moto Revue</i>	61
4.4.5 <i>Top Gear</i>	66
SHRnutí ANALÝZY.....	72
ZÁVĚR	74
SUMMARY	77
POUŽITÁ LITERATURA.....	79
DALŠÍ PRAMENY	80
MATERIÁLY POUŽITÉ V OBSAHOVÉ ANALÝZE	83
SEZNAM PŘÍLOH.....	86
PŘÍLOHY	88

Úvod

Automobilový průmysl je v České republice velice důležitým oborem. Automobilka Škoda Auto patří mezi největší zaměstnavatele v zemi, díky ní a dalším společnostem patří ČR mezi největší výrobce aut na světě. Odvětví má navíc bohatou historii – výroba automobilů byla v českém prostředí zahájena již na konci devatenáctého století. Z těchto důvodů je svět automobilů častým tématem českých médií – jak těch tištěných, tak těch televizních.

I přes tuto důležitost je automobilová žurnalistika zpracována jen v minimu odborných prací, na což jsem upozornil již ve své bakalářské práci. Zatímco v bakalářské práci nazvané *Rozdíly mezi českými tištěnými a internetovými automobilovými médii (na základě časopisu Svět motorů a serveru Auto.cz)* jsem se zabýval psanými médii, v diplomové práci pojmenované *Analýza českých televizních motoristických magazínů* jsem přesunul pozornost na audiovizuální pořady zabývající se světem automobilového průmyslu. Ty mají v českém prostředí bohatou historii – pořad Auto Moto Revue se na obrazkách objevuje déle než celosvětově populární britský magazín Top Gear.

V mediálních příručkách jsou charakterizovány různé televizní žánry. Bližší popis motoristického magazínu ale definován nebyl. Cílem této práce je právě bližší charakteristika tohoto formátu na základě analýzy tří takových pořadů, vysílaných na českých obrazkách v průběhu roku 2014 – magazínů Auto Moto Revue, Autosalon a Garáž. V diplomové práci se budu též zabývat historií tohoto formátu v českém prostředí, která rovněž nebyla v předchozích pracích blíže zmapována.

Motoristické magazíny budu charakterizovat pomocí jejich obsahu. K zjištění obsahu těchto pořadů využiji obsahovou analýzu. Pro účely práce jsem si stanovil hypotézu: Svým počtem budou v motoristických magazínech nejvíce zastoupeny recenze automobilů (neboli testy), které zároveň budou tvořit alespoň čtvrtinu stopáže sledovaných magazínů. Získaná data následně budu interpretovat pomocí analýzy dokumentů souvisejících s těmito pořady a rozhovorů se samotnými tvůrci těchto pořadů.

Obsah těchto českých (v případě Garáže československé) relace rovněž srovnám s britským Top Gearem, jedním z nejúspěšnějších televizních pořadů vůbec, který je pro další motoristické pořady kvůli úspěchu mezi diváky inspirací. Srovnání obsahu pořadů provedu také s původní Auto Moto Revue vysílanou od roku 1971, abych naznačil

vývoj tohoto žánru v českém prostředí. K popisu historie televizních motoristických magazínů v českém prostředí využiju dostupných dobových materiálů.

Práce se obsahově shoduje s tezí této diplomové práce, oproti ní však po hlubší rešerši materiálů došlo k úpravě struktury a přejmenování jednotlivých kapitol. Výsledná struktura se jevila jako přehlednější.

Úvodní kapitola definuje charakter televizního vysílání a vysvětluje některé základní pojmy, které jsou nezbytné pro vstup do dané problematiky. Druhá kapitola popisuje historický vývoj televizních motoristických magazínů v kontextu vývoje televizního vysílání na českém území.

Třetí kapitola se zabývá historií a charakterem motoristických magazínů vysílaných v českém prostředí během roku 2014. Zabývá se též historií nejdůležitějších již nevysílaných motoristických magazínů a televizní show Top Gear, která je nejsledovanějším motoristickým pořadem na světě. Čtvrtá kapitola blíže analyzuje zkoumané pořady, nejprve pomocí obsahové analýzy, následně pomocí analýzy dokumentů a hloubkového rozhovoru.

Literaturu jsem čerpal jak ze zdrojů knihoven (Knihovna FSV UK, Národní technická knihovna nebo Studijní a vědecká knihovna Plzeňského kraje), tak z internetových zdrojů. Důležitým zdrojem informací pro tuto práci byl rovněž archiv České televize a tvůrci analyzovaných pořadů.

Veškeré dokumenty získané k danému tématu byly nejprve podrobeny kritice, a to ve smyslu aktuálnosti, kvality obsažených informací a celkové věrohodnosti daného dokumentu, a to především na základě autorství.

1. Základní pojmy

1.1 Úvod

Před zahájením analýzy motoristických pořadů je nutné nejprve potřeba vymezit některé důležité pojmy vztahující se tomuto tématu. Jednotlivé výrazy jsou seřazeny podle abecedy ve čtyřech podkapitolách podle tématu, kterého se týkají.

1.2 Televize

Pojem televize má několik významů. V prvním pojetí se jedná o masové médium, které umožňuje přenos zvukové i obrazové informace, a to v reálném čase. V užším pojetí se rovněž jedná o technický prostředek, které přenáší obraz na dálku prostřednictvím televizního signálu. Pojem může v širším pojetí označovat i samotnou instituci, která se stará o tvorbu a distribuci televizního programu. Rovněž se jedná o soubor samostatných žánrových sdělení.

První pokusy s přenosem pohyblivého obrazu na dálku se datují do první poloviny 20. století. Za počátek televizního vysílání se považuje 2. listopad 1936, kdy začala vysílat britská televize BBC. V českém prostředí bylo pravidelné televizní vysílání zahájeno 1. května 1953 (více vizte kapitolu 2. Vývoj televizního vysílání v českých zemích).

1.3 Televizní vysílání

Televizní vysílání je v českém prostředí nadále nejdůležitějším zdrojem zpráv a zábavy,¹ jedná se o přenos informací, obrazových i hlasových na dálku. Přenos informací probíhá pomocí analogového, nebo digitálního vysílání.

Z technického hlediska je **analogové vysílání** *amplitudově modulovaný obrazový signál vysílaný s jedním postranním pásmem s přidaným frekvenčně modulovaným zvukem.*² Jeho nevýhodou je horší kvalita obrazu a zvuku nebo omezené

¹ LUPAČ, Petr, Alena CHROBÁKOVÁ a Jan SLÁDEK. Internet v České republice 2014. *World Internet Project* [online]. 2014, s. 34 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: http://www.worldinternetproject.net/_files/_/193_report_wip_czr2014_v1.pdf.

² POISL, Zbyněk. Jak funguje analogové a digitální vysílání. In: *DigiZone* [online]. 2006 [cit. 2015-04-29]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/jak-funguje-analogove-a-digitalni-vysilani/>

využití kmitočtového spektra, tj. nižší efektivita vysílání. Z toho důvodu se v České republice od roku 2007 postupně přešlo na **digitální vysílání**. To je možné šířit třemi způsoby – satelitem, kabelem nebo pozemním vysíláním. Právě poslední z nich nahradilo analogové vysílání, v dřívějších formách se v českém prostředí vysílalo již předtím. Digitální pozemní vysílání *dovoluje v daném pásmu kmitočtů umístit větší počet programů, protože v jednom televizním kanálu jich lze pomocí multiplexu šířit několik a k tomu ještě několik dalších telekomunikačních služeb.*³ Nevýhodou digitálního vysílání je naopak komprese obrazu, v rámci které jsou některé (nadbytečné nebo neopodstatněné) informace z šířeného obrazu odstraněny.

Základním stavebním kamenem televizního vysílání je **relace** (nebo **pořad**, v hovorovém jazyce též program), tj. *samostatný audiovizuální celek s vlastním názvem a zpravidla i přesně vymezeným časem ve vysílání.*⁴ K jeho časovému vymezení v programu zpravidla slouží úvodní a závěrečné titulky, které identifikují názvy, autory a spoluautory jednotlivých relací.

Eva Chudinová dělí relace na jednoduchou a složenou. První formu označuje jako *žánrově stejnorodý, jednolitý a zpravidla jediným interpretem realizovaný programový celek,*⁵ složenou pak popisuje jako *výrazně členěnou, žánrově ne vždy rovnoměrnou programovou jednotku složenou z více částí, mezi kterými je funkční vazba realizovaná různými interprety.*⁶

V českém prostředí aktuálně funguje tzv. **duální systém vysílání**, kdy vysílatele veřejné služby doplňují i vysílatelé komerční. V českém prostředí jeho zavedení umožnil zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, který byl později nahrazen zákonem 231/2001 Sb., který upravil práva a povinnosti vysílatelů.

Základním rozdílem mezi oběma formami je ten, že *zatímco komerční vysílatelé chtějí svými pořady vydělat peníze svým majitelům, cílem veřejnoprávních vysílatelů je sloužit všem bez ohledu na třídní zařazení či kupní sílu.*⁷

³ Výhody a nevýhody digitální televize. In: *Česká televize* [online]. 2008 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/technika/digitalni-vysilani-dvb-obecne/vyhody-a-nevyhody-digitalni-televize/>

⁴ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, s. 193. ISBN 978-80-89447-16-9.

⁵ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, s. 193. ISBN 978-80-89447-16-9.

⁶ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, s. 193. ISBN 978-80-89447-16-9.

⁷ Televize veřejné služby v zahraničí. In: *Česká televize* [online]. 2001 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/publikace-ct/pdf/TVZ.pdf>

Média veřejné služby (též veřejnoprávní média nebo veřejná média) jsou vysílatelé vzniklí na základě zákona, což je v českém prostředí definováno v zákoně 483/1991 Sb. následujícím způsobem: *Stát neodpovídá za závazky České televize a Česká televize neodpovídá za závazky státu.*⁸ Základním úkolem Česká televize definovaným v zákoně 483/1991 Sb. je *poskytovat službu veřejnosti České republiky tvorbou a šířením televizních programů na celém území České republiky.*⁹ Naopak **komerční vysílatelé** mohou provozovat vysílání na základě udělené licence. Na rozdíl od státních vysílatelů jsou vysílatelé veřejné služby napojeni na stát jen nepřímo (v České republice např. ředitele České televize nevybírá vláda, ale Rada České televize) a vysílají ve veřejném zájmu. Zatímco vysílatelé veřejné služby jsou financováni z tzv. koncesionářského poplatku, placeného majiteli televizního přijímače, a z vlastní podnikatelské činnosti, komerční vysílatelé jsou financováni z reklamního prostoru, který ve svém vysílání ponechávají inzerentům.

Vedle vysílatelů veřejné služby a komerčních vysílatelů existují ještě tzv. **státní vysílatelé**. Ti vysílají ve státním zájmu, stát na ně dohlíží a jsou financováni ze státního rozpočtu (byť tyto finance mohou být doplněny třeba financemi vybranými z koncesionářského poplatku). Státní televizní vysílání na našem území fungovalo v dobách socialistického Československa.

Vysílání je podle rozsahu možné dělit také na místní, regionální nebo celoplošné. V případě televizního vysílání je **celoplošné vysílání** zákonem 231/2001 Sb. definováno jako takové, které *může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70 procent obyvatel České republiky počítaných podle údajů vyplývajících z posledního sčítání lidu, pokud zvláštní právní předpis nestanoví jinak.*¹⁰ **Lokální vysílání** je takové, které je schopno přijímat více než 1 procento a méně než 70 procent obyvatel České republiky. **Místní vysílání** je pak *svým dosahem určeno pro místně vymezenou oblast a pro tuto oblast vytvářeného; přičemž místně vymezená územní oblast nesmí zahrnovat více než jedno procento obyvatel České republiky.*¹¹

⁸ Česká republika. 483/1991 Sb., zákon o České televizi. In: 1991. 1991. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf>

⁹ Česká republika. 483/1991 Sb., zákon o České televizi. In: 1991. 1991. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf>

¹⁰ Česká republika. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: 2001. 2001. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-provozovani-rozhlasoveho-a-televizniho-vysilani.pdf>

¹¹ Česká republika. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: 2001. 2001. Dostupné z:

1.4 Televizní žánry

Žánr je souhrn označení pro žurnalistická díla, která se vyznačují určitými společnými rysy, jako je téma nebo kompozice. Tyto prvky jsou ale časově a kulturně podmíněné, proto se žánry v průběhu let vyvíjejí. Dynamickým prvkem je podle Petera Veľase obsah, který *ovlivňuje formu a vynucuje si, aby se mu přizpůsobila*.¹² V audiovizuálním prostředí rozlišujeme ještě tzv. formát, tj. ustálený programový blok, obsahující různé žánry.

Magazín

V televizním prostředí je magazín formátem, jehož součástí je více příspěvků, které bývají spojeny průvodním slovem moderátora. Ze své podstaty je magazín *polytematický a je schopen spojovat námětově a žánrově nesourodé a formálně odlišné menší celky*.¹³ Eva Chudinová¹⁴ rozlišuje i monotematický magazín – ten se skládá z několika příspěvků (podtémat), které však mají jedno společné téma (např. automobilový průmysl). Některé z těchto celků přitom bývají stálé rubriky. Vysílání magazínu bývá periodického charakteru.

Reality show

Reality show je televizní pořad snažící se zachytit dramata skutečného (reálného) života. Ve skutečnosti však *představují pouze zmanipulovanou realitu*.¹⁵ Podle Jeremyho Orlebara¹⁶ je reality show jakýmsi žánrovým hybridem, který spojuje prvky ostatních žánrů – sitcomu, dokumentu, dramatického dokumentu, soutěžní show i talk show. Podobně jako sitcom přejímá uměle vytvořené situace, z dokumentu zase čerpá formu – je též založena na faktech, proti dokumentu je však zábavnější. Dramatickému pořadu se podobá svým tokem sekvencí, které jsou zaměřeny na detailní zkoumání účinkujících. Ze soutěžní show přebírá měření sil, které mnohdy vede

<http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-provozovani-rozhlasoveho-a-televizniho-vysilani.pdf>

¹² TUŠER, Andrej a Mária FOLLRICHOVÁ. *Teória a prax novinárskych žánrov*. 2. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského, 2001, s. 11. ISBN 80-223-1555-9.

¹³ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 115. ISBN 978-807-2772-667.

¹⁴ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, s. 233. ISBN 978-80-89447-16-9.

¹⁵ ORLEBAR, Jeremy. *O televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze. 2012. s. 94. ISBN 978-80-7331-246-6.

¹⁶ ORLEBAR, Jeremy. *O televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze. 2012. s. 47. ISBN 978-80-7331-246-6.

k získání cen. Podobně jako talkshow je prostředkem k reflexi sociálních témat, navíc obvykle přináší možnost osobní zpovědi soutěžících.

Události reality show se odehrávají v reálném čase (byť pro vysílání bývá použita až sestříhaná verze, aby byl pořad co nejzábavnější), někdy dokonce bývají vysílány živě, což vede k nepředvídatelnosti žánru a posouvání jeho hranic. Základním rysem reality show je absence scénáře, do událostí ale mnohdy zasahuje produkční tým, aby usměrnil další vyprávění. Z toho vyplývá, že se skutečným životem, který se tento pořad snaží zachytit, mají reality show jen pramálo společného.

První reality show se objevily na začátku devadesátých let ve Spojených státech, vůbec první reality show byla v roce 1992 *The Real World* na stanici MTV. Prvky reality show se ale v televizi začaly objevovat již v padesátých letech, např. v americkém pořadu *Queen for a Day*.

Mezi reality show s automobilovou tematikou patří např. pořad *Pimp My Ride* americké hudební stanice MTV, v níž je účastníkovi show opraven starý automobil a vyšperkovan moderní technikou. První série této reality show byla vysílána v roce 2004.

Reportáž

Jako reportáž je v televizním prostředí označován *žánr s výraznou informativně-analytickou funkcí a dokumentárním principem audiovizuálního zobrazování skutečnosti*,¹⁷ který kombinuje prvky zpravodajství a publicistiky – spojuje tady informace s názorem. Žánr vychází z *autentického svědectví reportéra o faktech tvořících dějovou linii události*.¹⁸

Rozhovor

Rozhovor neboli interview je *dialog otázek a odpovědí, v němž partneři mají na rozdíl od diskuze jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího, odpovídající je veřejně známá nebo úspěšná osoba v nějakém oboru, její názory by měly zaujmout recipienty*.¹⁹ Rozhovor spadá jak do zpravodajství, tak do publicistiky.

¹⁷ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 176. ISBN 978-807-2772-667.

¹⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 176. ISBN 978-807-2772-667.

¹⁹ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 93. ISBN 978-807-2772-667.

Štefan Veľas²⁰ dělí interview do tří forem – dialog (vede jej novinář a je založen na otázkách a odpovědích), rozprava (novinář v něm působí jako rovnocenný partner) a monolog (publikován bez otázek). Barbora Osvaldová²¹ přidává ještě tzv. nepravé interview, ve kterém jsou odpovědi vybrány z již publikované knihy, dramatu apod. Eva Chudinová rozlišuje publicistický rozhovor podle tématu na reportážní (námětem je dynamická báze události), komentující (týkající se bližšího vysvětlení aktuální společenské situace) a analyzující (námětem je závažný celospolečenský problém).

Na rozdíl od psaného rozhovoru si televizní interview kvůli návaznosti záběrů zpravidla zachovává chronologii průběhu. Televizní rozhovor může být vysílaný naživo, nebo je předem nahraný.

V televizním prostředí je interview mimo jiné součástí tzv. besedy a talkshow.²² Beseda je rozhovorem více než dvou účastníků, kterého se vedle moderátora zpravidla účastní odborníci na danou problematiku, kteří na probírané téma často mají rozdílný názor. V talkshow byli v původní formě zpovídáni hosté reprezentující určitou minoritu občanů, která se snažila získat hlas veřejnosti. V dnešní podobě je však talkshow formou lehké zábavy, v níž bývají zpovídány osobnosti všeobecného zájmu. Cílem besedy je analyzovat závažný společenský problém z různých hledisek, zaujmout k němu stanovisko a eventuálně naznačit možnosti řešení. Talk-show se naopak *orientuje na atraktivitu a zábavný charakter*,²³ přičemž jeho ladění je ve srovnání s besedou uvolněnější. Jako dominantní prvky talkshow Eva Chudinová²⁴ označuje dynamiku, pestrost, moderátorskou osobnost, originalitu a úhel pohledu. Důležitým prvkem talkshow je moderátor, na kterém je tento žánr postaven.

Test

Pro publicistický žánr hodnotící automobil, tj. recenzi automobilu je v automobilovém prostředí používán výraz test. Tento pojem je používán jak v případech psaných médií, tak v případech televizních. Hodnocení daného automobilu zpravidla

²⁰ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, s. 116. ISBN 978-80-89447-16-9.

²¹ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 93. ISBN 978-807-2772-667.

²² Podle Internetové jazykové příručky Ústavu pro jazyk český Akademie věd ČR je možné tento výraz psát také jako talk show či talk-show.

²³ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 209. ISBN 978-807-2772-667.

²⁴ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, s. 232. ISBN 978-80-89447-16-9.

vyplývá z *objektivních parametrů* (např. velikost zavazadlového prostoru, výkon motoru apod.) a na základě *subjektivního názoru autora* (jak se uvnitř v automobilu cítí, zda se mu zdá pohodlný apod.).²⁵ Pro recenzi obecně (tedy i pro test) platí, že *každý názor s hodnocením by měl autor podepřít argumentem*²⁶. Pro autora testu je dále nezbytné, aby měl *dostatek zkušeností s daným vozem, popřípadě jeho konkurenty. Jen díky tomu jej může objektivně ohodnotit.*²⁷

Žánr test můžeme rozdělit do několika podkategorií. Vedle testu hodnotícího jeden automobil rozlišujeme ještě kategorii srovnávací (nebo též skupinový) test, který srovnává dva a více aut v rámci jednoho materiálu. V psaných motoristických magazínech se ještě objevují tzv. jízdní dojmy, které bývají kratší a stručnější než klasické testy. Charakter internetového média pak umožnil vznik online testu, který je průběžně aktualizován tak, jak je automobil novinářem právě testován. Čtenáři díky tomu *mohou prakticky v reálném čase sledovat, jak redaktoři dané vozidlo testují*²⁸.

Historii testu jakožto žánru můžeme datovat do dvacátých let minulého století. Tehdy byl vydán vůbec první tištěný test automobilu (Austinu Seven), a to 13. dubna 1928 v britském magazínu Autocar, který je nejdéle působící automobilový časopis na světě – pod názvem The Autocar byl založen už v roce 1895. V televizních pořadech se testy automobilů začaly objevovat na přelomu šedesátých a sedmdesátých let. Recenze aut byly tehdy vysílány v československých pořadech Motoristé na okamžik a Auto Moto Revue nebo v britském magazínu Top Gear. První srovnávací test se objevil na stránkách britského časopisu Car, zatímco online test jako první vydal v roce 2012 server Auto.cz.

Televizní test se ve srovnání s tištěným liší v některých ohledech, které vyplývají z audiovizuálního jazyka televizního média, jehož součástí jsou zvukové a obrazové prvky. Díky obrazu je takový test názornější než v případě textové verze.

²⁵ BUREŠ, David. *Rozdíly mezi českými tištěnými a internetovými automobilovými médii (na základě časopisu Svět motorů a serveru Auto.cz)*. Praha, 2013. s. 12. Bakalářská práce (Bc) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Ing. Miloš Čermák.

²⁶ VERNER, Pavel. *Zpravodajství a publicistika*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2007, s. 53. ISBN 978-80-86723-37-2.

²⁷ BUREŠ, David. *Rozdíly mezi českými tištěnými a internetovými automobilovými médii (na základě časopisu Svět motorů a serveru Auto.cz)*. Praha, 2013. s. 12. Bakalářská práce (Bc) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Ing. Miloš Čermák.

²⁸ BUREŠ, David. *Rozdíly mezi českými tištěnými a internetovými automobilovými médii (na základě časopisu Svět motorů a serveru Auto.cz)*. Praha, 2013. s. 12. Bakalářská práce (Bc) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Ing. Miloš Čermák.

Právě důrazem na obrazovou stránku a především zastoupením pohyblivého obrazu se televizní test liší od toho tištěného.

V případě tištěných médií hovoříme také o dělbě testů dle jejich charakteru na test britského typu a test německého typu. Z názvů vyplývá, že britský styl vyznávají především média z Velké Británie a německý styl média z Německa, což jsou země, které v automobilovém průmyslu důležitou roli, jedná se o dva největší evropské trhy s novými automobily. Tuto charakteristiku můžeme vedle psaných magazínů aplikovat také na televizní relace.

Média britského stylu sází spíše na emoce, v automobilových testech je zdůrazněn subjektivní zážitek redaktora s daným automobilem, jak se mu líbí design vozu, nebo jaké jsou jeho jízdní vlastnosti. Výsledek takového testu je pak nutné spojit s osobou autoru testu. Nepřekvapí, že v tomto stylu jsou preferovány sportovní a luxusní vozy. Technické údaje bývají zpracovány spíše stručně.

Typickým představitelem tohoto stylu jsou testy britské motoristické show Top Gear. V nich se hodnocení daného vozu odvíjí od moderátora, který jej testoval, přičemž moderátorské trio Jeremy Clarkson, James May a Richard Hammond se chlubí tím, že v názoru na automobil se prakticky nikdy neshodnou.

Naopak média německého stylu dbají více na objektivitu. Automobily jsou v testech hodnoceny především na základě čísel – např. pomocí objemu zavazadlového prostoru, výkonu motoru nebo výšce nad sedadly – subjektivní názor redaktora ustupuje do pozadí. Z tohoto důvodu jsou součástí testů tabulky s technickými údaji nebo číselné srovnání s konkurenčními automobily. Více se dbá také na techniku automobilu a její popis než na design vozu. Tomuto spíše až odbornému stylu odpovídá původní Auto Moto Revue.

Zpráva

Barbora Osvaldová píše, že zpráva je *žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, co se stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu.*²⁹ Zpráva odpovídá na otázky *kdo, co, kde, kdy, jak a proč*³⁰ a jejím základem je

²⁹ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 22. ISBN 978-80-246-1899-9.

³⁰ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 212. ISBN 978-80-89447-16-9.

*fakt.*³¹ Eva Chudinová popisuje přímo televizní zprávu, *ktou charakterizuje jako pohotovú, stručnú, přehlednú a srozumitelnú audiovizuální oznámení o aktuální události, jevu nebo faktu.*³² Podle Jeremyho Orlebara se televizní zpráva *snaží ukazovat události objektivně a bezprostředně a nabízet neutrální a transparentní komunikační kanál.*³³

Specifikem televizní zprávy je to, že *je určeno uším a očím diváka.*³⁴ K němu promlouvá pomocí takzvaného audiovizuálního vyjadřovacího jazyku, jehož součástí jsou právě obrazové prvky (jako digitální triky a počítačová grafika), zvukové reálie (důraz na reálné zvuky a ruchy prostředí) a další slovní i mimoslovní výrazové prostředky.³⁵ Divák ve vztahu *obrazu a slova dostává odpovědi na základní zpravodajské otázky (vizte výše), přičemž slova a obraz se nemusejí zároveň odpovídat, mohou se doplňovat.*³⁶ Specifikem formy televizního zpravodajství je dále stručnost, věcnost a srozumitelnost.³⁷

Základní jednotkou televizního zpravodajství je čtená zpráva. Chudinová³⁸ dále rozlišuje též komuniké, čtené oznámení oficiálních míst a skládačky, jejichž obsahem jsou střídající se několikasekundové obrazy doplněné o čtený text. Mezi televizní zprávy Chudinová³⁹ řadí ještě rozšířenou zprávu, zprávu doplněnou o svědeckou výpověď z místa události, reportážní zprávu, využívající reportážní zobrazení faktů a objevující něco nové ve vazbě na známá fakta, kombinovanou zprávu, rozšířenou zprávu s dominantní zvukovou stopou a obrazem jako ilustračním obrazem, a report, alias svědectví o realitě, rozsáhlejší zprávu zahrnující charakteristiku události na místě, vyjádření očitého svědka – účastníka události a rekapitulaci události se zvýrazněním dominanty jevu.

³¹ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 214. ISBN 978-80-89447-16-9.

³² TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 212. ISBN 978-80-89447-16-9.

³³ ORLEBAR, Jeremy. *O televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze. 2012. s. 108. ISBN 978-80-7331-246-6.

³⁴ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 73. ISBN 978-80-246-1899-9.

³⁵ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 242. ISBN 978-80-246-1899-9.

³⁶ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 213. ISBN 978-80-89447-16-9.

³⁷ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 206. ISBN 978-80-89447-16-9.

³⁸ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 214. ISBN 978-80-89447-16-9.

³⁹ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 214. ISBN 978-80-89447-16-9.

Jeremy Orlebar⁴⁰ naopak dělí zprávy podle důležitosti na vážně zprávy, zabývající se bezprostředními, časově citlivými, dramatickými a seriózními událostmi založenými na faktech; lehké zprávy, referující o méně důležitých událostech nebo informacích, jež nejsou časově vázány; zprávy „právě teď“, čerstvé zprávy informující o událostech, které se právě staly nebo se dějí; rozvíjející zprávy, popisující vývoj nedávných událostí; a pokračující zprávy, které jsou pravidelně aktualizovány podle vývoje daného příběhu.

1.5 Ostatní pojmy

Infotainment

Současný trend v podobě zpravodajství, ve které zajímavost informace převažuje nad její užitečností, se nazývá infotainment. Sdělení je v tomto podání co nejstručnější a nejjednodušší, zdůrazňující zábavu. Relevance informace pro společnost naopak ustupuje do pozadí. Z televizního vysílání se tento trend přenesl i do rozhlasu nebo do tištěných médií.

Vysílací čas

Naprostá většina televizních kanálů v současnosti vysílá celý den. Denní doba je však rozdělena do několika úseků podle míry sledovanosti, tj. počtu diváků sledujících televizi. Takzvaný hlavní vysílací čas (neboli prime-time) je charakterizován nejvyšším počtem příjemců z celého dne. V případě televizních kanálů probíhá večer, v českém elektronickém měření je definován jako čas od 19:00 do 23:00. Do této doby je soustředována hlavní programovací pozornost managementu televizních stanic. Z *hlediska reklamy se jedná o nejjádanější část dne*,⁴¹ protože v této době dokáže reklama zasáhnout nejvíce příjemců. Z toho důvodu je v této době reklamní prostor nejdražší. Televize Nova rozlišuje ještě tzv. super prime-time, který ohraničuje časem od 19:30 do 21:30. Pavel Verner⁴² pak vedle prime-time odlišuje ještě access prime-time (18:00–

⁴⁰ ORLEBAR, Jeremy. *O televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze, 2012. s. 120. ISBN 978-80-7331-246-6.

⁴¹ Hlavní vysílací čas. *MediaGuru* [online]. 2011 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/hlavni-vysilaci-cas/>.

⁴² VERNER, Pavel. *Zpravodajství a publicistika*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2007, s. 100. ISBN 978-80-86723-37-2.

20:00) a post prime-time (22:00–0:00) Off-time (též off prime-time) je pak doba mimo hlavní vysílací čas, kdy televizi sleduje méně diváků.

V americkém prostředí je vysílací čas na rozdíl od toho českého rozdělen podrobnějším způsobem, přičemž jednotlivé úseky se liší denní dobou a především mírou sledovanosti a demografickými údaji příjemců. Vysílací čas je v tomto případě rozdělen na early morning (5:30–9:00), daytime (9:00–17:00), early fringe (17:00–19:30), prime access (19:30–20:00), prime-time (20:00–23:00), late fringe (23:00–01:00) a late night (01:00–07:00).

2. Vývoj televizního vysílání v českých zemích

Kapitola se zabývá vývojem televizních motoristických pořadů v českém prostředí, a to v kontextu s rozvojem televizního vysílání v českém (dříve československém) prostředí v období od jeho zahájení v roce 1953 po současnost.

2.1 Počátky televizního vysílání v Československu

Veřejné televizní vysílání bylo na českém území zahájeno v roce 1953, kdy se stalo výsledkem dlouholetého vývoje. Práce na televizních aparátech byly zahájeny již v meziválečném období, přičemž mezi průkopníky patřili Jaroslav Šafránek, František Pilát nebo František Holeček. Tyto snahy ale přerušila druhá světová válka.

Práce na televizních aparátech byly obnoveny po skončení války v roce 1945, na podzim téhož roku byla ustanovena pracovní skupina 25 odborníků, která na výzkumu televizního vysílání pracovala. První veřejné prezentace televizních aparátů proběhly v roce 1948, a to na květnové Mezinárodní výstavě rozhlasu v Praze nebo letním všesokolském sletu. V následujících letech se tempo vývoje televize v českém prostředí opět pozastavilo, když řada odborníků byla převedena na vojenské úkoly.

Opětovná fáze rozvoje televize nastala v roce 1952 po vzoru Sovětského svazu, kde se televize rychle rozvíjela díky německým odborníkům. Obnovení prací na zahájení televizního vysílání bylo způsobeno i tím, že vláda viděla v televizi důležitý nástroj k ideologickému působení na obyvatele republiky.

V pátek 1. května 1953 v osm hodin večer bylo veřejné televizní vysílání na českém území konečně zahájeno. Jako první československé diváky uvítal na obrazovkách televize herec Jaroslav Marvan. V průběhu prvního dne vysílání byly vysílány předtočené zpravodajské šoty, jejichž součástí byla např. reportáž z cyklistického závodu Praha – Berlín – Varšava, nebo živě vysílané improvizované vystoupení herce Františka Filipovského v roli Harpagona z Moliérový komediální hry Lakomec. Program vysílání měl v dobách zahájení veřejného televizního vysílání na starosti Československý rozhlas, jehož součástí byla Československá televize až do roku 1957, zatímco ministerstvo spojů a Hlavní správa radiokomunikací zajistily techniku a výbavu televizního vysílání. Televizní studio sídlilo v budově Měšťanské besedy v pražském Novém Městě.

Vedle technických omezení bylo televizní vysílání ve svých počátcích v československém prostředí omezováno také kupní silou obyvatel. V důsledku měnové reformy z června 1953 si málokdo mohl dovolit pořízení drahého televizního přijímače, zvláště s ohledem na to, že vysílání nadále trvalo pouze krátkou dobu a bylo dostupné jen v omezeném prostoru – zpočátku se televizní vysílání dalo přijímat pouze v Praze, vysílání v Ostravě začalo až 31. prosince 1955, v Bratislavě pak 3. listopadu 1956. Vysílání jednotlivých studií ale nebylo propojeno, každé studio vysílalo svůj materiál, k propojování studií došlo až v druhé polovině padesátých let. V prvních měsících zahájení vysílání bylo týdně odvysíláno jen asi 3,8 hodin materiálu, postupně se však vysílání rozšiřovalo, v listopadu 1953 se vysílalo již čtyři dny v týdnu, k 25. únoru 1954 pak bylo vysílání prohlášeno za pravidelné. V témže roce se však stále vysílalo jen 8,8 hodin materiálu týdně.

Náplní vysílání v době jeho počátků byly především divadelní inscenace, hudební pásma, filmy nebo zábavní pořady, již v listopadu 1953 bylo zahájeno vysílání pro děti. Každodenní zpravodajství nahrazovaly filmové týdeníky, případně Rozhlasové noviny Československého rozhlasu převzaté bez obrazu. Tyto pouze zvukové nahrávky byly vysílány s nápisem „Posloucháte Rozhlasové noviny.“

Možnosti vysílat televizní motoristický magazín byly v této době omezené i z toho důvodu, že všechny původní materiál byl vysílán přímo z televizního studia. To se začalo měnit v roce 1954, kdy televize natočila první vlastní reportáže. Nejprve byl 24. října odvysílán šot z mezistátního utkání atletů Československa a Sovětského svazu, což byl první pohyblivý materiál, který zaměstnanci televize odvysílali týž den, kdy byl natočen, 7. listopadu pak následovala první vlastní reportáž – z manifestace k výročí Velké říjnové socialistické revoluce na Staroměstském náměstí. O rok později následovaly první přímé přenosy ze sportovních utkání. Tím vůbec prvním bylo hokejové utkání mezi Prahou a švédským Leksandem 11. února 1955.

Přímé přenosy z motoristických sportů se ve vysílání objevily až na konci 50. let, i kvůli tomu, že kvalita takového přenosu nebyla v té době nijak vysoká. První přímý přenos ze závodů Formule 2 byl vysílán až 28. srpna 1966, do té doby tento sport diváci znali jen z filmových páسů. Tehdejší Velkou cenu Finska komentoval Luboš Pecháček, který komentoval také závody v motocrossu nebo cyklistice.

Postupně se počet přenosů z motoristických sportů rozšiřoval, v roce 1970 připravila Motoristická redakce 21 přímých přenosů z různých motocyklových a automobilových závodů. Krátké šoty z motoristických sportů se objevovaly i ve

sportovním zpravodajským týdeníku Branky, body, vteřiny. Přímý přenos ze závodů „královny motorsportu“ Formule 1 ale následoval až v roce 1973. „V roce 1973 si nás zavolal náměstek ředitele a zeptal se, zda víme, co to F1 je a zda bychom to zvládli odbavit z našeho pražského studia, protože Francouzi nám přenos z Monte Carla dali zadarmo. My řekli ano a bylo to,“⁴³ vzpomínal později komentátor Pecháček.

2.2 První motoristické pořady

Televizní vysílání se na přelomu padesátých a šedesátých let nadále rozšiřovalo – a to jak časově (dopolední vysílání je zahájeno na podzim 1961), tak plošně (otevření televizních studií v Brně v roce 1961 a v Košicích o rok později). Spolu s tímto rozšiřováním a tím spojeným růstem diváků (v roce 1961 platí koncesionářský poplatek už jeden milion lidí) se rozšiřuje i nabídka pravidelných pořadů. Dne 11. března 1956 je zahájeno vysílání zpravodajské sportovní relace Branky, body, vteřiny, v lednu 1958 se začíná vysílat hlavní zpravodajská relace Televizní noviny. V prosinci 1959 pak na obrazovky Československé televize vstupuje první seriál – Rodina Bláhova.

Automobiloví fanoušci si na svoji relaci věnovanou jejich koníčku museli počkat až do šedesátých let. Prvním pravidelným motoristickým magazínem se stal faktografický pořad Motoristé na okamžik (později Motoristé na minutku), který se podle archivu magazínu Československá televize poprvé objevil na obrazovkách Československé televize v úterý 25. ledna 1966. Jednou měsíčně vysílaný *pestrý magazín zajímavostí a rad motoristům, spojený se soutěží o ceny*⁴⁴ obsahoval již to, co si s motoristickým magazínem spojujeme i dnes – automobilové zpravodajství, recenze vozidel nebo reportáže s automobilovou tematikou. V duchu období pražského jara a tehdejší postupné liberalizace poměrů byla relace rovněž kritická – např. v epizodě nazvané Trh s ojetými automobily⁴⁵ bylo upozorněno na vysoké clo vozidel dovážených ze zahraničí. O výrobu magazínu se staralo bratislavské televizní studio.

Motoristé na okamžik patří mezi vůbec nejstarší pravidelné motoristické magazíny na světě. Britský Top Gear, který je považován za nejstarší britský motoristický pořad, se začal vysílat až v roce 1977 (nejdříve lokálně, od roku 1978

⁴³ Luboš Pecháček. In: *FDB.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-03-29]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/36537-lubos-pechacek.html>.

⁴⁴ Televizní program. *Československá televize*. 1966, roč. 2, č. 34, s. 5.

celostátně). Už předtím vznikl australský Torque, který se na stanici Australian Broadcasting Corporation začal vysílat v březnu 1974. Jako nejstarší americký motoristický týdeník se považuje Motorweek veřejnoprávní stanice Maryland Public Television, který se poprvé vysílal v roce 1981.

Již před měsíčníkem Motoristé na okamžik se na obrazkách Československé televize objevily pořady s tematikou automobilů a automobilového průmyslu obecně. První takové pořady se datují do začátku 60. let, v souvislosti s příchodem Jana Kaliny do armádní části Hlavní redakce tělovýchovy, armády a brannosti, který dostal tematiku motorismu na starosti.⁴⁶ Hlavní redakce tělovýchovy, armády a brannosti (od později Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu) měla vznik motoristických pořadů na starosti i v následujících letech.

V roce 1960 se pokoušel prorazit pořad Pro motoristy o motorismu, který měl ryze informační charakter. Relace Vyšší škola motorismu vysílaná od začátku šedesátých let byla osvětového ražení: např. cyklus sedmi epizod vysílaný na přelomu let 1965 a 1966 se zabýval bezpečnou jízdou s traktorem. Osvětový charakter měla i relace Televize motoristům – stop!, která se zaměřovala na rady řidičům. Televize motoristům – stop! se na obrazkách televize poprvé objevila v roce 1961.

Tematika automobilů se v tehdejší době pravidelně objevovala i v ostatních pořadech. Epizoda relace Televizní škola (TVŠ) určené pro děti od osmi let z 22. prosince 1965 se zabývala dopravou, nehodami a bezpečností. Epizoda magazínu Vlaštovka vysílaná 10. září 1966 zase zahrnovala první díl seriálu z historie automobilového sportu. Jedna z epizod pořadu Večery s technikou vysílaná 15. července 1966 pak pojednávala o výrobě vozidel značek Volha a Moskvič.

V této době vznikly rovněž samostatné relace věnované automobilové tematice. Už v roce 1959 byla natočena groteska Cestná doprava – nová otázka,⁴⁷ která humornou formou naznačovala, čeho se mají řidiči na silnici vyvarovat. V úterý 18. srpna 1964 byla vysílána reportáž Prázdniny na silnici věnovaná autostopu. V pondělí 10. října 1966 byla zase vysílána reportáž R66 o připravované výstavbě první československé dálnice. V sobotu 20. dubna 1968 se na obrazkách televize objevil diskusní pořad

⁴⁵ Motorists for a minute 1968. In: *EUScreen* [online]. 2009 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://www.europeana.eu/portal/record/09213/EUS_877627AEA3274D9A9DDB989AD0B915FB.html.

⁴⁶ ZÁRUBA, Robert. *Svědectví o historii Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu Československé televize Praha*. Praha: 1989. s. 130. Diplomová práce Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Miroslav Hladký.

Zelená motorismu uváděný Josefem Kalinou, ve kterém odborníci diskutovali o problémech motorismu, jeho organizaci a perspektivách. Josef Kalina provázel i pořadem Guma a led vysílaným 31. ledna 1969, který řidičům radil, jak ovládat svůj vůz při jízdě na ledu. Dne 27. března 1969 byl zase vysílán pořad Úsměvy čtyř kol. V tomto pásmu o automobilech, závodnících a fanoušcích motorismu, připraveném ve spolupráci s AZNP Mladá Boleslav,⁴⁸ vystoupili například zpěvák Milan Chladil nebo herec Vladimír Menšík. Pořad Mo-do-rok 1970 vysílaný pondělí 28. prosince 1970 zase shrnul to nejzajímavější z motorismu z uplynulého roku.

2.3 Nástup Auto Moto Revue

V období po srpnu 1968 došlo v Československé televizi k výrazným personálním změnám. Měnilo se i nejvyšší vedení, ústředního ředitele Československé televize Jiřího Pelikána nejprve v září 1968 nahradil vládní zmocněnec Bohumil Švec, po kterém v prosinci 1968 nastoupil Josef Šmídmajer, aby byl v srpnu 1969 nahrazen Janem Zelenkou, který ve funkci ústředního ředitele Československé televize vydržel až do června 1989.

Ke změnám došlo i ve vysílání motoristických magazínů. V únoru 1969 se na obrazovkách Československé televize objevil pořad MoDo, prezentovaný jako čtrnáctideník o autech, silnicích, vlacích, lodích a letadlech, jejich problémech s trochou zábavy.⁴⁹ Ještě během téhož roku došlo k přejmenování relace na Mo-Do Revue (Motoristicko-Dopravní Revue).

V červnu 1969 dochází k ustanovení samostatné Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu, čímž se redakce oddělila od armádní části. Díky tomu vzniká i samostatná motoristická část redakce, kterou zpočátku vedl Luboš Pecháček. Osamostatnění se vplynulo z tehdejšího vládního nařízení,⁵⁰ které dalo televizi za úkol věnovat se motoristické tematice.

Rok 1971 pak znamenal nástup magazínu Auto Moto Revue, který ve vysílání nahradil právě dosavadní Mo-Do Revue. Zpočátku byla Auto Moto Revue vysílána

⁴⁷ Noc v archíve. In: *YouTube.com* [online]. 2010 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=epMUZbL5IQw>.

⁴⁸ Televizní program. *Československá televize*. 1969, roč. 5, č. 13, s. 8.

⁴⁹ Televizní program. *Československá televize*. 1969, roč. 5, č. 6, s. 8.

⁵⁰ ZÁRUBA, Robert. *Svědectví o historii Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu Československé televize Praha*. Praha: 1989. s. 182. Diplomová práce Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Miroslav Hladký.

s měsíční periodicitou, ještě v sedmdesátých letech se stala týdeníkem. Obsah následoval dřívější relaci Motoristé na minutu, jeho součástí byly zprávy z oblasti automobilového průmyslu, testy automobilů, reportáže z motoristických závodů nebo rady řidičům. Auto Moto Revue byla ve vysílání Československé televize doplňována pořadem Na zelenou, který komentoval aktuální motoristické problémy. Jak Auto Moto Revue, tak Na zelenou byly v premiéře vysílány na prvním kanálu a ne na programu ČST 2, který byl spuštěn 10. května 1970.

V sedmdesátých a osmdesátých letech měla Auto Moto Revue mezi diváky velký ohlas, podle výzkumů diváckého mínění⁵¹ se jednalo dokonce o nejúspěšnější publicistický pořad Československé televize. Zároveň byl v roce 1980 se sledovaností okolo 50 % nejsledovanějším publicistickým pořadem Československé televize.⁵² Tehdejší moderátor pořadu Vladimír Dolejš vzpomíná,⁵³ že redaktoři po odvysílání dílu klidně obdrželi 5 000 dopisů. „*Automobilismus byl takovým téměř neutrálním tématem, proto se mu dostalo takové pozornosti,*“⁵⁴ vysvětluje někdejší dramaturg pořadu Dušan Neumann.

První polovina sedmdesátých let byla v televizním prostředí mimo jiné ve znamení zahajování barevného vysílání. K prvním zkouškám barevného vysílání došlo již na konci šedesátých let, pravidelné barevné vysílání ale bylo vyhlášeno až 1. května 1973, nejprve na druhém programu, a teprve 9. května 1975 na prvním programu. Ve vysílání ale nadále zůstávalo mnoho pořadů vysílaných černobíle, což platilo i pro Auto Moto Revue. Z digitální databáze Badatelny Československé televize vyplývá, že ještě v roce 1985 byly některé díly Auto Moto Revue vysílány černobíle.

2.4 Příklad nových motoristických magazínů

Sametová revoluce v listopadu 1989 vyústila v konec vlády komunistické strany v Československu, následný politický vývoj vedl k rozpadu Československé socialistické republiky (tehdy již České a Slovenské Federativní Republiky) na dva nástupnické státy – Českou republiku a Slovenskou republiku. Ještě před samotným

⁵¹ MIKYSKA, Karel. Byla toho plná náruč. *Československá televize*. 1978. roč. 14. č. 53. s. 11.

⁵² HRUDKA, Eduard. *Působení PMIP v dopravně výchovné a bezpečnostní tematice : (se zaměřením na činnost Čs. televize)*. Praha. 1983. s. 53. Vedoucí práce Otto Brabec.

⁵³ Historie Auto Moto Revue. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>.

⁵⁴ Historie Auto Moto Revue. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>.

rozpadem republiky došlo i k rozdělení Československé televize na Českou televizi a Slovenskou televíziu. Přerozdělení pravomocí mezi Českou a Slovenskou republikou ve vztahu ke sdělovacím prostředkům definoval zákon 136/1991 Sb. přijatý v březnu 1991, na jehož základě následně byly přijaty zákony o založení národních televizí. Slovenská televízia vznikla k 1. červenci 1991, vznik České televize následoval k 1. lednu 1992.

Pořad Auto Moto Revue však tuto dobu fluktuace přežil a ve vysílání České televize zůstal i nadále. Zůstala i tvář moderátora Vladimíra Dolejše, který se v pořadu objevoval již od poloviny sedmdesátých let. Relace se stejným jménem pokračovala i na Slovensku. K přerušení vysílání Auto Moto Revue nicméně došlo v roce 1999, do vysílání se tento magazín opět vrátil v září 2004. Mezitím Česká televize na motoristy cílila pořadem Jízda. Slovenská televize naopak Auto Moto Revue v roce 1997 nahradila relací Motormagazín, který se na obrazovky televize po čtyřleté pauze zase vrátil v září 2007. Ke konci pořadu v roce 2003 tehdejší ředitel STV Richard Rybníček řekl: *„Těchto magazínů se Slovenská televize musí zbavit, jejich dodavatelé si diktují podmínky a de facto ovládající televizi.“*⁵⁵

Na počátku devadesátých let nabídka kanálů nadále zahrnovala pouze státní (od roku 1991 tzv. veřejnoprávní) vysílání, v rámci kterého vládl v televizním prostředí státní monopol, který byl finančně podporován výběrem koncesionářského poplatku od domácností za užívání funkčního vysílání. V roce 1992 existovaly v československém prostředí čtyři kanály – F1, což byl federální okruh s nabídkou českých a slovenských pořadů, Česká televize (ČTV) pro české diváky, Slovenská televízia (S1) pro slovenské diváky a OK 3 (na Slovensku TA 3) s nabídkou archivních pořadů nebo zahraničních zpravodajských relací, který využíval systém vysílačů pro příjem sovětské televize, jež vysílala na jiné frekvenci než Československá televize. Již v této době se však začíná diskutovat o zavedení tzv. duálního systému vysílání.

Duální systém vysílání byl na českém území odstartován 20. června 1993, jeho zahájení umožnil zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, který rozlišil dvě kategorie vysílatelů – provozovatele vysílání ze zákona (veřejnoprávní, neboli veřejný vysílatel) a držitele licence (komerční vysílatel). Tehdy založenému kanálu Premiéra TV (v roce 1997 přejmenovaného na Prima televize) ale byla udělena jen regionální licence na vysílání pro Prahu a okolí. První celoplošná

⁵⁵ KOČIŠEK, Lukáš. Do STV sa vracia Motormagazín, ktorý Rybníček zrušil pre nevýhodnosť. In: *Mediálne.trend.sk* [online]. 2007 [cit. 2015-04-08]. Dostupné

komerční televize – kanál Nova – zahajuje vysílání dne 4. února 1994. Ve stejném roce dostala licenci na celoplošné vysílání rovněž Premiéra. V rámci této licence se Premiéra stala centrálním programem pro lokální a regionální vysílání.

Příchod těchto stanic znamenal rozšíření programové nabídky a nové prvky ve stávajících pořadech. Nova vsadila ve své zpravodajské relaci Televizní noviny na infotainment, Prima zase jako první nabídla telenovelu (Manuela) nebo vlastní nekonečný seriál (Velmi křehké vztahy). Nabídka motoristických magazínů se ale v této době příliš nezměnila – Česká televize nadále vysílala Auto Moto Revue (na čas Jízda), na Premiéře se pouze objevil pořad Rychlá kola.

K výraznému rozšíření nabídky motoristických magazínů v českém televizním prostředí došlo až v druhé polovině prvního desetiletí třetího tisíciletí. Prima v roce 2000 přichází s pořadem Autosalon, Česká televize v roce 2008 začíná po boku Auto Moto Revue vysílat spíše zábavně laděný pořad Auto Moto Styl.

Na počátku třetího tisíciletí je v českém prostředí zahájeno testování digitálního pozemního vysílání, jehož výhodou je ve srovnání s analogovým šířením signálu větší efektivita vysílání a kvalitnější obraz a zvuk. Zvýšení využitelnosti kmitočtů posléze umožňuje snadno rozšířit nabídku vysílaných kanálů, k čemuž ostatně došlo i v českém prostředí. Řádné terestrické (pozemní) digitální vysílání bylo zahájeno v roce 2005, když doplnilo dřívější formy digitálního vysílání – satelitní a kabelové. Jako první nový prostor přednostně využila Česká televize – kanály ČT 24 a ČT4 Sport (dnes ČT sport), později následovaly i komerční stanice, a to celoplošné i regionální. První licence na celoplošné digitální vysílání pro komerční vysílatele vydala Rada pro rozhlasové a televizní vysílání v dubnu 2005, přičemž je získaly projekty Febio TV, TV Pohoda, TV Barrandov, Z1, Óčko a RTA. Později následovaly i další kanály.

V této době byl také zahájen proces přechodu od analogového vysílání k digitálnímu. Vůbec první oblastí bez analogového vysílání bylo Domažlicko v srpnu 2007, a to z toho důvodu, že zde digitální vysílání z nedalekého německého vysílače rušilo české analogové vysílání. Formální konec analogového vysílání nastal 11. listopadu 2011. Ještě do února 2012 však televize Nova vysílala analogově na Jesenicku a Zlínsku.

S vlastními motoristickými magazíny v této době přicházejí i nové menší kanály spuštěné v éře digitalizace. Sport 5 přichází v roce 2008 s pořadem Automag, TV Public

začíná v roce 2009 vysílat Meziplyn, TV Barrandov nabízí v roce 2011 pořad Auto Moto Drive. Nové pořady uvedené do vysílání v novém miléniu ale spojuje fakt, že ve vysílání příliš dlouho nevydržely. Vysílání Auto Moto Stylu České televize bylo ukončeno na konci roku 2012, Automag se na podzim 2012 přesunul na kanál Fanda, aby o rok později jeho vysílání také skončilo. Podíl na tom měla patrně finanční krize, ostatně třeba TV Public kvůli finančním problémům zcela ukončila svoji činnost. Na konci roku 2012 z vysílání opět zmizela Auto Moto Revue České televize, v březnu 2014 se ale tento pořad na obrazovky České televize opět vrátil. Spolu s obnovením došlo k modernizaci formátu, který se inspiroval britskou motoristickou show Top Gear, jež patří mezi nejsledovanější pořady na světě. Naopak na Slovensku tehdy spuštěný Motoring ve vysílání TA3 vydržel dodnes, od roku 2013 jej však připravuje tým magazínu Autožurnál, kolem moderátora Josefa „Doda“ Dúbravského.

V roce 2014 vedle Auto Moto Revue byly v českém prostředí vysílány původní magazíny Autosalon (Prima, od června 2014 Prima Cool) a Garáž (Sport 5). Na Prima Cool se pak objevovaly rovněž epizody britské motoristické show Top Gear s českým dabingem. Další magazíny se zaměřily na motoristický sport – mj. Svět motorů (ČT sport) a WRC Magazín (Sport 5).

Na Slovensku je dnešní nabídka televizních motoristických magazínů obdobná jako v českém prostředí. Původní slovenské televizní motoristické magazíny jsou dva: televize veřejné služby vysílá týdeník Autosalón (vysílaný na kanálu Jednotka), na obrazovkách komerční zpravodajské televize TA3 se pak objevuje relace Motoring, jejíž stopáž se v únoru 2014 prodloužila z 15 na 25 minut. Pořad Autosalón převzala STV v roce 2010, do té doby jej několik let vysílala soukromá stanice JOJ.

3. Televizní motoristické magazíny v českém prostředí

3.1 Úvod

Kapitola shrnuje historii a charakter televizních motoristických magazínů vysílaných v roce 2014. V tomto roce se na obrazovkách českých televizních stanic objevovaly tři původní české magazíny zabývající se novými automobily. Veřejná Česká televize vysílala pořad Auto Moto Revue, který byl v roce 2014 obnoven v moderním hávu, svůj pořad s automobilovou tematikou měla také stanice Prima. Malá stanice Sport 5 věnovaná sportovním disciplínám pak vysílala československý pořad Garáž.

Dále kapitola zmiňuje historii a charakter nejdůležitějších již nevysílaných motoristických magazínů v českém prostředí. Zabývá se též pořadem Top Gear, který je nejsledovanější motoristickou relací na světě.

Příloha A: Srovnání televizních motoristických magazínů vysílaných v českém prostředí v roce 2014 (tabulka)

Pořad	Auto Moto Revue	Autosalon	Garáž
Periodicita	Týdeník	Týdeník	Týdeník
Stanice	ČT 2	Prima/Prima Cool (od června 2014)	Sport 5
Den premiéry	Sobota	Sobota/čtvrtek (od června 2014)	Pátek
Doba premiéry	Early fringe	Early-morning/ prime-time	Prime-time
Stopáž	25 minut	50 minut	25-30 minut
Moderátoři	Josef Kalina Michaela Maňovská Petr Šimek Aleš Valenta	František Fiala Alexandr Holub Martin Smolík Josef Šiler Josef Vrtal Radek Vrtal	Rastislav Chvála Jakub Rejlek Alexander Štefuca
Režie	Pavel Dragoun	Helmut Hesse	Tomáš Kelement

	Jan Dufek Radomír Dufek Karel Jonák Petr Mikšíček Jan Oraský Adam Štrojsa Vlastimil Urban		
Scénář	Jan Cebe Jan Dufek Karel Jonák Eva Srpová	Josef Vrtal	Rastislav Chvála Jakub Rejlek
Výroba	GearBox production s.r.o.	Unicorn Pictures	CEBES s.r.o.

3.2 *Auto Moto Revue*

Auto Moto Revue⁵⁶ je nejstarším českým televizním automobilovým magazínem, který se na obrazkách s krátkými přestávkami objevuje dodnes. První díl tohoto motoristického pořadu byl na obrazkách tehdejší Československé televize vysílán 26. ledna 1971,⁵⁷ kdy se stal nástupcem dosavadního pořadu Motoristicko-Dopravní Revue, známého též jako Mo-Do Revue. Ve srovnání s ním se primárně zaměřil na majitele motorových vozidel, zatímco Mo-Do Revue se zabývala i dalšími druhy dopravy.

Půlhodinová relace vysílaná zpočátku jednou měsíčně (v roce 1972 se stala čtrnáctideníkem a o dva roky později týdeníkem) měla publicistický charakter. Obsahem pořadu byly recenze automobilů, rady řidičům, novinky ze světa automobilového průmyslu nebo reportáže z automobilových závodů. Pestré magazínové díly doplňovaly i monotematické „speciály.“

Později ale na sebe pořad nabalil i další formy – začaly se v něm objevovat například soutěže pro diváky nebo skladby známých interpretů, proto byla Auto Moto Revue do jisté míry také zábavní show. V sedmdesátých letech byl pořad natáčen černobíle, k barevnému vysílání došlo až v polovině osmdesátých let.

⁵⁶ Vizte přílohu č. 1.

⁵⁷ Televizní program. *Československá televize*. 1971, roč. 7, č. 5, s. 4.

Pořad vznikl v rámci Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu, i proto byli první tvářemi Auto Moto Revue členové této redakce Jan Kalina a Luboš Pecháček. V relaci se též objevoval slavný motocyklový závodník František Šťastný se svým pravidelným motocyklovým „okénkem“ nebo právník Karel Fryml jako odborný poradce. S pořadem je nicméně spjata především osobnost moderátora Vladimíra Dolejše, který do Československé televize nastoupil v roce 1974. Dolejš ve vysílání Auto Moto Revue vydržel až do devadesátých let.

Režiséři se v jednotlivých epizodách střídali, o režii se starali například Jan Žlábek, Karel Zrůbek, Pavel Pospíšil, Tomáš Škrdlant a Miroslav Fišera, produkoval Jan Kutil, později Marie Plocková nebo Jaroslav Petr. Dramaturgy byli Stanislav Cáhel (též vedoucí redaktor) nebo Dušan Neumann. V tvorbě epizod se střídaly pražské a bratislavské studio. Od poloviny 70. let autoři Auto Moto Revue spolupracovali též s redaktory motoristického časopisu Svět motorů.

Na obrazovkách Československé televize vydržela Auto Moto Revue i po revoluci a následně také po rozdělení Československa. Vysílána byla až do roku 1999, aby se po pětileté přestávce vrátila zpět na obrazovky v říjnu 2004. V tomto mezidobí ji nahradila relace Jízda. Koncem roku 2012 však došlo k dalšímu pozastavení vysílání relace, k opětovnému obnovení došlo v březnu 2014, po více než roční vysílací pauze. Spolu s obnovením došlo také ke změně stylu tohoto pořadu, modernější a dynamičtější pojetí se inspirovalo slavným britským pořadem Top Gear.

Podle svých tvůrců tento pořad dnes není jen *mozaikou zajímavostí, ale příběhem se začátkem a koncem*.⁵⁸ Relace má rovněž ukázat, že *revue o motorismu nemusí být jenom o parametrech testovaných aut, ale že může nabídnout zajímavý pohled každému, kdo se s auty a motory setkává*.⁵⁹ Vedle hlavního nosného tématu daného dílu jsou součástí dnešní Auto Moto Revue také informace o technických novinkách, rady řidičům pro chování na silnici, právní poradna, testy neobvyklých strojů nebo reportáže z diváckých garáží.

Novými moderátory Auto Moto Revue se stali rallye závodnice Michaela Maňovská, čtyřnásobný vítěz Rallye Paříž – Dakar Josef Kalina, olympijský vítěz Aleš Valenta a moderátor Petr Šimek. Ti nahradili dosavadní moderátory, mezi kterými se

⁵⁸ Auto Moto Revue: O pořadu. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7552-o-poradu/>.

⁵⁹ Auto Moto Revue: O pořadu. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7552-o-poradu/>.

naposledy objevovali Jan Kovařík, Jiří Hölzel, Ondřej Lípa nebo Petr Hanke. Spolu se změnou stylu a výměnou moderátorů byla upravena také grafika.

První díl obnovené Auto Moto Revue byl vysílán v sobotu 1. března 2014 na stanici ČT2. Následující epizody nově následovaly s týdenní periodicitou (dosud čtrnáctidenní), vždy v sobotu podvečer. V minulosti byla Auto Moto Revue vedle týdeníku a měsíčníku také čtrnáctideníkem. Hlavním dramaturgem pořadu se stal Milan Vacek, o režii se stará mimo jiné Karel Jonák.

3.3 Autosalon

Pořad Autosalon začala stanice Prima vysílat v roce 2000, dnes se jedná o druhý nejstarší pořad tohoto kanálu (po hlavní zpravodajské relaci Zprávy), který je stále ve vysílání této stanice. Zpočátku se relace zaměřovala na automobilové novinky a rady řidičům, jako jsou změny v legislativě nebo příprava vozu na zimu. Obraz byl zpočátku doplněn o komentář mimo obraz, vystupující moderátoři se ve vysílání objevili až později. Kolem roku 2007 obsah doplnil i další materiál jako recenze automobilů nebo reportáže, v pořadu se objevili i první tváře moderátorů. „*Částečně nás k tomu donutila konkurence, částečně jsme se chtěli posunout trošičku dál,*“⁶⁰ vysvětluje důvody provedených změn jeden z dnešních moderátorů pořadu Radek Vrtal, který na Autosalonu pracuje od podzimu 2004.

Od roku 2009 tento magazín produkuje firma Unicorn Pictures, která pořad dodává na klíč televizi Prima. V době jeho začátků jej vyráběla společnost Ultima Thule, za kterou ale stejně jako v případě Unicorn Pictures stál Josef Vrtal, jeden z moderátorů a producentů pořadu. Od počátku se jednalo o týdeník, stopáž se v průběhu let prodloužila z 18 minut, přes 40 minut na dnešních 50 minut. Moderátor pořadu Radek Vrtal vysvětluje,⁶¹ že prodloužení délky částečně způsobilo to, že do pořadu bylo nutné dostat více věcí, aby byl stále aktuální. Druhý důvod vycházel z vysílání na komerční stanici – prodloužení umožnilo zařadit do pořadu reklamní pauzu, která přilákala inzerenty a umožnila pořadu vydělávat touto formou. Padesátiminutová stopáž následně umožnila zařadit do vysílání dvě reklamní pauzy.

S Autosalonem je spojena především osoba Zdeňka Merunky, který pořadem dodnes provází. V minulosti se mezi moderátory objevovali i herci Jitka Čvančarová a

⁶⁰ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

⁶¹ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

Jiří Dvořák, v roce 2014 jimi jmenovitě byli František Fiala, Josef Vrtal,⁶² Radek Vrtal, Martin Smolík, Barbora Pražanová, Alexandr Holub a Josef Šiler. Ti v pořadu vystupují jako tzv. experti, odborníci na automobily, v případě bývalého kaskadéra „Pepy Sršně“ Šilera na motocykly a v případě na „Lexy“ Holuba na tuning, tj. technické a vzhledové úpravy automobilů.

V červnu 2014 se Autosalon přesunul na kanál Prima Cool, který je zacílen na mladé mužské diváky. Premiérové vysílání se v této souvislosti přesunulo na čtvrteční večer, čímž Autosalon vstoupil do hlavního vysílacího času, o což tvůrci pořadu dlouhodobě usilovali. Vysílání reprízy však zůstalo zachováno ve stávajícím čase v sobotu ráno, na „mateřském“ kanále Prima. Radek Vrtal tvrdí, že Autosalon má dnes z hlediska diváckého zájmu vlastně dvě premiéry, protože v obou vysílacích časech relaci sleduje přibližně stejný počet diváků.⁶³

Spolu s přesunem pořadu na jiný kanál došlo i k jeho mírné úpravě. Obsah však zůstal prakticky zachován, jeho součástí nadále jsou testy nových automobilů, recenze motocyklů nebo rady řidičům. Součástí pořadu se staly i závody vybraných automobilů.

Dominantní skupinou diváků Autosalonu jsou podle Radka Vrtala⁶⁴ lidé od 18 do 45 let, což je pro automobilky a obecně inzerenty zajímavá cílová skupina.

3.4 Garáž

Garáž je československá televizní motoristická show, kterou v českém prostředí vysílá kanál Sport 5 a na internetu šíří server iFaster.cz. První díl byl vysílán v pátek 18. dubna 2014 ve 20:00. První série magazínu čítala deset epizod, které byly vysílány s týdenní periodicitou.

Název odkazuje na garáž, která je vlastně studiem pořadu, odkud moderátoři jednotlivé příspěvky uvádějí. V každé epizodě se ale objevuje jiný druh garáže podle nosného tématu dané epizody.

Pořadem provázejí tři moderátoři – automobiloví novináři Jakub Rejlek a Rastislav Chvála,⁶⁵ jejichž domovské redakce (český časopis Faster a slovenský server Auto.SME.cz) spolupracují na tvorbě relace, které od páté epizody doplňuje ve vybraných dílech ještě Alexander Štefuca.

⁶² Vizte přílohu č. 2.

⁶³ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

⁶⁴ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

⁶⁵ Vizte přílohu č. 3.

Tvůrci Garáže tvrdí, že se jedná o magazín *od automobilových nadšenců pro automobilové nadšence*.⁶⁶ Součástí obsahu nemají být obyčejné testy nebo nudné rozhovory, ale legendární vozy, novinky nebo závodní speciály prezentované pomocí netradičních srovnání. Moderátor show Jakub Rejlek k charakteru pořadu tvrdí: „*Chceme se vrátit k samým kořenům automobilového nadšenectví*.“⁶⁷

3.5 Již nevysílané pořady

V českém televizním prostředí se v minulosti objevilo mnoho motoristických pořadů, které se dnes již nevysílají. Podkapitola připomíná ty nejdůležitější z nich, přičemž jednotlivé relace jsou abecedně seřazeny podle svého názvu.

Auto Moto Styl

V programové nabídce České televize doplnil v roce 2008 dosavadní pořad Auto Moto Revue nový magazín Auto Moto Styl (AMS). První díl této relace byl vysílán v sobotu 12. ledna 2008 v 12:30, pořad se vysílal s čtrnáctidenní periodicitou.

Magazín se chtěl odlišit pohledem na oblast motorismu. Tvůrci tvrdili, že pořad se *nezajímá pouze o automobily samotné, ale i o osudy lidí, kteří jim zasvětili svůj život*.⁶⁸ Neobyčejné příběhy zdánlivě obyčejných lidí měly vycházet z motoristické tematiky a koncepce člověk a jeho stroj. V tomto ohledu chtěl magazín kráčet vlastní cestou a neplánoval nahradit nějaký dosavadní pořad na české televizní scéně. Celkové ladění bylo spíše humornějšího rázu.

AMS nabídlo několik rubrik. Story byla určena různým příběhům a různým osobnostem spjatým s automobilovou scénou. Roadlook byl tradičním automobilovým testem, v němž moderátoři hodnotili specifické funkce testovaného automobilu a hledali odpovědi na otázky, které si uživatel v souvislosti s daným vozem klade. Hodnocení mělo přitom být především názorem daného moderátora, který auto řídil a prezentoval divákům, přičemž mělo zprostředkovat celkové dojmy z automobilu.

⁶⁶ iFaster.cz uvádí novou televizní show o autech Garáž. In: *Tiscali.media* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.tiscalimedia.cz/novinky/ifaster-cz-uvadi-novou-televizni-show-o-autech-garaz>.

⁶⁷ iFaster.cz uvádí novou televizní show o autech Garáž. In: *Tiscali.media* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.tiscalimedia.cz/novinky/ifaster-cz-uvadi-novou-televizni-show-o-autech-garaz>.

⁶⁸ Auto Moto Styl: nový pořad o autech a lidech. In: *Auto.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.auto.cz/auto-moto-styl-novy-porad-o-autech-a-lidech-8651>.

Testem byla i rubrika Kabelky pro holky, kterou provázela moderátorka. Ta měla ukázat divákům (a především divačkám) detaily daného automobilu, kterých by si muž nevšiml. AMS se zabývalo také oblastí bezpečnosti (rubrika Bezpečnost), novinkami z oblasti automobilového průmyslu (Preview) nebo radami řidičům (Info).

Mezi moderátory pořadu patřili Libor Zezulka, Petr Lutonský, Rastislav Chvála nebo Jan Koubek. Ženský pohled na svět aut zastupovaly Lucie Horáčková, Romana Svobodová, Lucie Šilhánová a Hana Geržová.

Vysílání pořadu Auto Moto Styl Česká televize ukončila na konci roku 2012. Jako jeho nástupce můžeme považovat obnovenou Auto Moto Revue (vizte výše), která se na rozdíl od dřívějšího informačního pojetí přiblížila zábavnějšímu charakteru Auto Moto Stylu.

Automag

Magazín Automag vstoupil na české obrazovky krátce po zahájení vysílání na sport zaměřeného kanálu Sport 5, o jeho tvorbu se starala produkční společnost SIX Production. První díl tohoto motoristického pořadu se stopáží dlouhou bezmála 30 minut byl vysílán ve čtvrtek 4. září 2008 v 19:40. V roce 2010 začala pořad odebírat též stanice Public TV, která tímto krokem ve vysílání nahradila pořad Meziplýn (vizte dále).

Obsah relace vysílané jednou týdně zahrnoval reportáže z testů automobilů, zprávy o nových vozech nebo zprávy ze zákulisí automobilového prostředí. Na podzim 2012 se pořad přesunul na nově spuštěný kanál Fanda, v roce 2013 však jeho vysílání končí.

D-Magazín

Pořad D-Magazín se zabýval problémy a zajímavostmi v dopravě. Vedle té automobilové se relace zabývala i jinými druhy dopravy. První díl tohoto čtrnáctideníku byl vysílán v pátek 1. listopadu 1968, ve vysílání se střídal s pořadem M-Magazín. Ve vysílání vydržel jen do roku 1969, kdy byl nahrazen relací Mo-Do Revue (vizte dále).

M-Magazín

Pořad M-Magazín byl v programu týdeníku Československá televize charakterizován jako *pestré pásmo informací, zajímavostí a rad pro motoristy*.⁶⁹ Na obrazovkách Československé televize se objevil v roce 1968, první díl byl vysílán v pátek 25. října 1968. Další díly dvacetiminutového pořadu následovaly s čtrnáctidenní periodicitou. V roce 1969 jej nahradil pořad Mo-Do Revue (vizte dále).

Meziplyn

Pořad Meziplyn začala vysílat v roce 2009 televizní stanice TV Public, vznik relace měl na starosti motoristický publicista Jan Koubek, který dosud působil v konkurenčním magazínu Automag. Koubek pořadem provázel také jako moderátor.

První díl byl vysílán 1. srpna 2009, následující epizody následovaly s týdenní periodicitou, obsahem byly především zprávy o nových vozech a recenze aut. Podle autora pořadu Jana Koubka⁷⁰ patřil Meziplyn mezi *stabilně nejsledovanější pořady stanice Public*. Již následující rok však bylo televizní vysílání pořadu ukončeno, později se ukázalo, že kanál přestal tvůrcům pořadu platit za jeho vznik.

V roce 2013 se pořad Meziplyn přesunul na internetovou televizi Stream, kde je publikován i nadále. První díl „internetového“ Meziplynu byl vysílán 18. června 2013. Dnes je Meziplyn publikován dvakrát týdně, jednotlivé epizody jsou vydávány v sobotu a jednou během pracovního týdne. Jeho obsahem jsou primárně testy automobilů a zprávy o nových vozech, relaci nadále provází Jan Koubek.

Mo-Do Revue

Relaci Mo-Do Revue (Motoristicko-Dopravní Revue) Československá televize charakterizovala jako *čtrnáctideník o autech, silnicích, vlacích, lodích a letadlech, jejich problémech s trochou zábavy*⁷¹ nebo jako *čtrnáctideník o motoristech a pro motoristy*.⁷²

Pořad se začal vysílat v roce 1969, stopáž dlouhá 40 až 50 minut se časem zkrátila na 30 minut. Na režii se střídali Karel Zrůbek a Jan Žlábek, na relaci spolupracovali též Miroslav Karhan nebo Pavel Křenek.

⁶⁹ Televizní program. *Československá televize*. 1971, roč. 3, č. 43, s.84.

⁷⁰ POTUČEK, Jan. Televize Public zdržuje vyplácení faktur. Nekrachujeme, ohrazuje se.

In: *DigiZone.cz* [online]. 2010 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/public-zdrzuje-vyplaceni-faktur-nekrachujeme/>.

⁷¹ Televizní program. *Československá televize*. 1968, roč. 4, č. 5, s. 4.

⁷² Televizní program. *Československá televize*. 1970, roč. 6, č. 5, s. 8.

Součástí vysílaného obsahu byla mimo jiné reportáž z motoristické výstavy nebo rady řidičům o problematice náhradních dílů. Vedle motoristických témat se v pořadu objevovaly také informace o dalších druzích dopravy, např. železniční. Relace zahrnovala různé tematické cykly, věnované mj. bezpečnosti silničního provozu, sportovnímu dění, problematice všeobecné dopravy a lehčímu žánru (např. písničky). V roce 1970 obsah pořadu obohatily recenze motorových vozidel.

V roce 1971 byla relace ve vysílání Československé televize nahrazena magazínem *Auto Moto Revue*, která se už čistě zaměřila na majitele motorových vozidel.

Motoristé na minutku (Motoristé na okamžik)

Faktografický pořad *Motoristé na okamžik* se podle archivu magazínu Československá televize poprvé objevil na obrazovkách Československé televize v úterý 25. ledna 1966. Je nejstarším pravidelně vysílaným československým motoristickým magazínem, přičemž dokonce patří mezi vůbec nejstarší motoristické pořady na světě. Pozdější epizody magazínu byly vysílány s názvem *Motoristé na minutku*, v průběhu roku 1966 byly jednotlivé díly vysílány s měsíční periodicitou.

O režii pořadu se starali Milan Čumpelík nebo Jiří Mrázek, role průvodkyně relací se zhostila Kamila Moučková, první hlasatelka Televizních novin. Na přípravě desetiminutové relace se střídala pražská a bratislavská redakce.

Pořad vysílaný černobíle se věnoval různým motoristickým tématům, když *spojoval informační, výchovné, instruktážní i kritické materiály*.⁷³ Československá televize jej propagovala jako *pestrý magazín zajímavostí a rad motoristům, spojený se soutěží o ceny*.⁷⁴ Jeho součástí byly zprávy (epizoda s podtitulem *Bez automapy ani ránu*⁷⁵ informovala o přípravách nových automap pro československé řidiče), reportáže (např. ze srazu vozidel Škoda 1000 MB⁷⁶), rady řidičům (abeceda posunků na ostatní

⁷³ ZÁRUBA, Robert. *Svědectví o historii Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu Československé televize Praha*. Praha: 1989. s. 160. Diplomová práce Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Miroslav Hladký.

⁷⁴ Televizní program. *Československá televize*. 1966, roč. 2, č. 34, s. 5.

⁷⁵ *Motorists for a minute* 1968. In: *EUscreen* [online]. 2009 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://www.euscreen.eu/play.jsp?id=EUS_3D5B395F12A64E94B4904F2C4B8A292D.

⁷⁶ *Motorists for a while* 1968. In: *EUscreen* [online]. 2009 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://euscreen.eu/item.html?id=EUS_161257904B734F8B8D9D0FB645981710.

řidiče, jaká je dopravní situace v Bratislavě⁷⁷) ale také recenze automobilů (vozidla Saab).

Na zelenou

Jeden z pravidelných motoristických magazínů Československé televize se začal vysílat v roce 1970. Ve vysílání se střídal s magazínem Mo-Do Revue a později s Auto Moto Revue. Televize relaci prezentovala jako *komentář k aktuálním motoristickým problémům*.⁷⁸ Mezi probíranými tématy se objevily „společenské“ dávky alkoholu za volantem nebo dopravní předpisy na dálnici.

Televize motoristů stop!

Nejstarší vícedílný pořad Československé televize věnovaný tematice motorismu se ve vysílání objevil v roce 1961. Ten se skládal z malých příspěvků, snahou autorů bylo *postihnout všechny jevy okolo motorismu*.⁷⁹

Cílem pořadu bylo radit řidičům, v tomto *pestrém magazínu pro motoristy*⁸⁰ se řidiči mimo jiné dozvěděli informace o mototuristice nebo o přípravách vozidla na jarní sezonu. Kvůli stopáži pouhých 15 minut však jednotlivé informace byly divákům sdělovány pouze telegraficky.

Jednotlivé díly byly vysílány nepravidelně, relace se ve vysílání objevovala s různými názvy – Televize motoristům, Motoristé stop! a Televize motoristům stop!, přičemž nejčastěji užívaný byl třetí název.

3.6 Top Gear

Top Gear není původní českou relací, je však v oblasti motoristických pořadů natolik zásadním fenoménem, že je nutné jej v této práci zmínit, popsat jeho historický vývoj a jeho charakteristiku. V českém prostředí se navíc tento pořad rovněž objevuje – na obrazovkách stanice Prima Cool, která jej vysílá s českým dabingem.

⁷⁷ Noc v archíve. In: *YouTube.com* [online]. 2010 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=epMUZbL5IQw>.

⁷⁸ Televizní program. *Československá televize*. 1970, roč. 6, č. 1, s. 8.

⁷⁹ ZÁRUBA, Robert. *Svědectví o historii Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu Československé televize Praha*. Praha: 1989. s. 130. Diplomová práce Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Miroslav Hladký.

⁸⁰ Televizní program. *Československá televize*. 1966, roč. 2, č. 26, s. 5.

Na televizních obrazovkách se pořad Top Gear (v překladu Nejvyšší stupeň) poprvé objevil v druhé polovině sedmdesátých let. První díl této relace byl vysílán v pátek 22. dubna 1977 na stanici BBC 1, zpočátku však byl vysílán pouze lokálně v regionu Midlands v centrální Anglii, což je oblast tradičně zaměřená na automobilový průmysl. Zprvu byl Top Gear měsíčníkem. Od července 1978 se Top Gear začal vysílat celostátně, přičemž se s touto změnou přesunul na stanici BBC 2.

Jako první provázela pořadem Angela Ripponová, která do té doby na BBC pracovala jako reportérka zpráv. Dalším moderátorem původního Top Gearu byl Tom Coyne. Ripponová o pořadu tvrdí, že *původně byl zaměřen především na motoristické problémy než na „hračky pro kluky“ jako dnes.*⁸¹ Vedle rad pro řidiče se v pořadu objevovaly například reportáže ze závodů v rallye nebo z automobilových výstav. Nechyběla ani rubrika Rippon on the Road, v rámci níž Ripponová jezdila po Británii a popisovala dopravu v daném místě, počasí nebo jídlo. Podobný materiál se objevoval v tehdejší době i v československé Auto Moto Revue.

Formát informačně laděného pořadu se roky neměnil, ukázal se totiž jako úspěšný. Za roky vysílání pořadem prošli mimo jiné moderátoři Noel Edmonds, William Woollard a Tom Mason nebo automobilový závodník Tiff Needell.

Již v této době se v pořadu začalo objevovat subjektivní hodnocení moderátora, které postupně převažovalo nad objektivním hodnocením na základě technických dat. Tento styl hodnocení automobilů z pohledu řidiče vyznával především Jeremy Clarkson,⁸² který se mezi moderátory pořadu poprvé zařadil v roce 1988, rok po příchodu nových producentů Kena Pollocka a Jona Bentleyho. S Clarksonem přišel do té doby nevídaný styl – subjektivní hodnocení doplňoval humorem, který ne všem divákům byl po chuti, nebo ostrými, mnohdy politicky nekorektními výrazy, které se zase nelíbily automobilovým výrobcům. V té době netradiční styl si našel mnoho odpůrců, ale také spoustu obdivovatelů – sledovanost Top Gearu začala strmě růst nahoru. Díky tomu se Top Gear stal v devadesátých letech nejsledovanějším pořadem stanice BBC 2, který pravidelně sledovalo pět milionů lidí.⁸³

V roce 1999 se Clarkson rozhodl Top Gear opustit, aby se věnoval jiným projektům. Dva roky na to se BBC rozhodlo vysílání Top Gearu přerušit, aby

⁸¹ Top Gear: How it all began. 1977. In: *YouTube.com* [online]. 2011 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <https://youtu.be/bCLCmOIJLto>.

⁸² Vizte přílohu č. 4.

⁸³ BUCKLAND, Damien. *Collection Editions: Top Gear*. Seattle: CreateSpace, 2014. s. 88. ISBN 978-1500149963.

prozkoumalo možnosti případných změn formátu motoristického pořadu. Důvodem k tomuto kroku byla především klesající sledovanost, dřívější sledovanost šesti milionů diváků klesla na méně než polovinu. Následkem tohoto rozhodnutí odešli moderátoři pořadu (např. Tiff Needell, Quentin Wilson a Vicki Butler-Hendersonová) i celý produkční tým ke konkurenční stanici Channel 5, kde začali vysílat relaci Fifth Gear (v překladu Pátý stupeň). Dodnes vysílaný pořad (od roku 2015 na kanálu History) lze považovat za reinkarnaci tehdejšího Top Gearu.

Ještě před zahájením vysílání Fifth Gearu došlo k oznámení obnovení Top Gearu, opět s Jeremy Clarksonem jako moderátorem. S obnovením pořadu došlo k proměně formátu, na které vedle Clarksona pracoval nový producent Andy Wilman. Ten v Top Gearu v minulosti vystupoval jako moderátor. Wilman o „novém“ Top Gearu prohlásil, že je to *cesta do mužovy mysli*.⁸⁴ Steve Kroft z americké stanice CBS zase „nový“ Top Gear popsal jako *částečně reality show, částečně buddy movie a částečně Monty Python*.⁸⁵

V rámci změny formátu se z Top Gearu místo informačního motoristického pořadu stala zábavní show s tematikou automobilismu. Podle Wilmana se o toto pojetí postaral především Clarkson: „*Je to Jeremyova show. Není pochyb, protože to nemůže být demokracie. Je to Jeremyho vize. Všichni řídíme, ale jeho řízení je nápadně úžasné.*“⁸⁶

Zábavnost pořadu byla v průběhu let postupně zdůrazňována, dnes už můžeme tvrdit, že informační hodnota Top Gearu je minimální, hlavním úkolem této show je bavit. Spojovacím prvkem s dřívějším Top Gearem byla vedle názvu pořadu úvodní znělka, skladba Jessica, kterou původně vydala americká hudební skupina The Allman Brothers Band.

„Nový“ Top Gear byl vysílán jednou týdně, vždy v neděli večer, přičemž stopáž se z půl hodiny prodloužila na hodinu. První díl nového Top Gearu byl vysílán 20. října 2002 na BBC 2. První série obnoveného Top Gearu čítala deset dílů, později se počet dílů v sérii většinou omezil na šest. Zatím poslední 22. série se měla skládat z deseti

⁸⁴ The Secret Behind the Hit TV Car Show "Top Gear". In: *CBS News* [online]. 2010 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.cbsnews.com/news/the-secret-behind-the-hit-tv-car-show-top-gear-21-10-2010/>.

⁸⁵ The Secret Behind the Hit TV Car Show "Top Gear". In: *CBS News* [online]. 2010 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.cbsnews.com/news/the-secret-behind-the-hit-tv-car-show-top-gear-21-10-2010/>.

⁸⁶ BARKHAM, Patrick. Top Gear: why we're mad about the boys. In: *The Guardian* [online]. 2009 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2009/nov/12/top-gear-bbc-jeremy-clarkson>.

dílů, kterým předcházel dvoudílný speciál z argentinské Patagonie. V oznámeném termínu bylo ale odvysíláno jen osm epizod, vysílání série bylo po suspendaci moderátora Jeremyho Clarksona, způsobené napadením producenta Oisina Tymona, pozastaveno. Jednotlivé epizody mají nadále stopáž jedné hodiny, pouze speciální epizody bývají delší.

Pořadem provázeli tři moderátoři – Jeremy Clarkson, Richard Hammond a Jason Dawe, kterého od druhé sezony „nového“ Top Gearu nahradil James May.⁸⁷ Ten už se v Top Gearu objevil na konci devadesátých let, po tehdejším odchodu Clarksona z pořadu. Novým prvkem show byl také maskovaný jezdec The Stig, který jezdí s každým testovaným autem při měření jeho času při jízdě na testovacím okruhu Top Gearu. Pod maskovanou helmou se v minulosti skrývali závodníci Perry McCarthy (do roku 2003) a Ben Collins (od listopadu 2003 do roku 2010). Novinkou bylo i živé natáčení před publikem, ve studiu na letišti Dunsfold v britském Surrey.

Tradiční testy automobilů a rady motoristům doplnily nové prvky – prvky talk show, reality show nebo soutěžní show, samotné recenze vozů obohatila měřená kola na testovací trati Top Gearu. Mezi nové rubriky patřila Reasonably Priced Car (Celebrita v cenově dostupném voze), což je talkshow, v níž Clarkson hovoří s pozvaným hostem, který vedle toho musí objet jedno měřené kolo na testovací trati Top Gearu. The Cool Wall je nepravidelná rubrika, v níž moderátoři hodnotí vybrané vozy na základě jejich stylu. Součástí pořadu se rovněž staly netradiční závody – např. závod politiků, závod přes Londýn v různých dopravních prostředcích, závod rychlovlaku a sportovního automobilu přes Japonsko. V Top Gearu najdeme rovněž prvky reality show, když moderátoři musí splnit různé úkoly zadané producenty – postavit obojživelné auto, karavan nebo třeba policejní automobil. V roce 2006 pak byl vysílán první speciál – věnovaný zimním olympijským hrám – moderátoři pořadu se účastnili různých disciplín, ve kterých však sportovní náčiní bylo nahrazeno automobily. Následující speciály byly většinou natáčeny v cizí zemi, kterou moderátoři projížděli specificky vybranými vozy (např. starými offroady v Bolivijském speciálu).

Nový formát motoristické show se ukázal jako velice úspěšný, „nový“ Top Gear se stal ještě populárnější než dřívější provedení v devadesátých letech. Již epizody třetí série (vysílané od 26. října 2003 do 28. prosince 2003) pravidelně sledovalo více než 10

⁸⁷ Vizte přílohu č. 5.

milionů diváků.⁸⁸ Epizody 21. série pak ve Velké Británii (vysílané od 2. února 2014 do 16. března 2014) pravidelně mívaly share kolem 20 %.⁸⁹ Top Gear se stal natolik úspěšným pořadem, že se začal vysílat po celém světě, přičemž dnes jej podle odhadů pravidelně sleduje na 350 milionů diváků. V roce 2012 se Top Gear dostal dokonce do Guinnessovy knihy rekordů jako nejsledovanější faktografický televizní program na světě. Pořad byl prodán do 214 států světa, mezi něž patří i Česká republika. Top Gear je v českém prostředí vysílán na stanici Prima Cool, na jejíchž obrazovkách se pořad objevil krátce po jejím spuštění v roce 2009. Z těchto důvodů patří Top Gear mezi nejvýdělečnější pořady BBC. Britská veřejnoprávní televize nicméně přesná data o nákladech na výrobu pořadu nebo o jeho výdělcích nezveřejňuje.

Díky úspěchu tohoto formátu vznikly i lokální mutace Top Gearu – U.S. Top Gear, Top Gear Australia, Top Gear Russia, Top Gear Korea a Top Gear China. Nejnovější lokální mutací je Top Gear France, jejíž první díl se vysílal 18. března 2015. Tyto lokální mutace však nedosáhly úspěchu originálu, mnohé z nich ve vysílání vydržely jen krátkou dobu.

Sami tvůrci vysvětlují úspěch pořadu chemií mezi trojicí moderátorů. „*Nemůžete navrhnout chemii, ta se prostě stane. Navzájem máme k sobě averzi,*“⁹⁰ tvrdí s humorem sobě vlastním sám Jeremy Clarkson. Podobně hovoří i výkonný producent pořadu Andy Wilman: „*Vztah mezi těmi třemi funguje na několika úrovních. Začali jako tři motorističtí novináři, kteří společně nastoupili do pořadu. Jejich vztah se v průběhu let utužil, což je důležité, protože některé televizní vztahy se daly dohromady uměle.*“⁹¹

Mnoho fanoušků (ale i odpůrců) si našla také ostrá (a mnohdy kontroverzní) prohlášení některého z trojice moderátorů. Především Jeremy Clarkson se už za svá slova musel několikrát omlouvat – např. když podle svých slov omylem zamumlal slovo *negr* v dětské říkance. Daný záznam nebyl v Top Gearu vysílán, na svých webových stránkách jej však zveřejnil bulvární deník Daily Mirror. Sám Clarkson k častým

⁸⁸ BUCKLAND, Damien. *Collection Editions: Top Gear*. Seattle: CreateSpace, 2014. s. 102. ISBN 978-1500149963.

⁸⁹ Top Gear: Trivia. In: *TV.com* [online]. 2014 [cit. 2015-04-15]. Dostupné z: <http://www.tv.com/shows/top-gear/trivia/>.

⁹⁰ The Secret Behind the Hit TV Car Show "Top Gear". In: *CBS News* [online]. 2010 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.cbsnews.com/news/the-secret-behind-the-hit-tv-car-show-top-gear-21-10-2010/>.

⁹¹ SMITH, David. Britain's favourite schoolboy jokers. In: *The Guardian* [online]. 2011 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/media/2007/jan/21/broadcasting.bbc>.

výtkám diváků říká: „*Pokud se budete zabývat všemi stížnostmi, skončíte u něčeho nijakého a nudného.*“⁹²

Pro rok 2016 BBC počítá s úpravou formátu Top Gearu. V pořadu již bude chybět Jeremy Clarkson, kterému po zmíněném incidentu BBC v roce 2015 neprodloužilo smlouvu. Na pořadu dále nebudou pokračovat ani Richard Hammond a James May. Ten k možnému konci Top Gearu v únoru 2015 řekl: „*Jednoho dne to bude muset skončit, nebo alespoň verze s námi bude muset skončit. Musíte skončit opatrně a skončit tak, jak si lidé přejí, aby to skončilo, a nechat lidi, aby chtěli více. Jsem si ale jist, že se to nepodaří.*“⁹³

⁹² The Secret Behind the Hit TV Car Show "Top Gear". In: *CBS News* [online]. 2010 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z:<http://www.cbsnews.com/news/the-secret-behind-the-hit-tv-car-show-top-gear-21-10-2010/>.

⁹³ MCCOWEN, David. The secrets of Top Gear revealed. In: *Drive* [online]. 2015 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z:<http://www.drive.com.au/motor-news/the-secrets-of-top-gear-revealed-20150227-13qxy1.html>.

4. Analýza televizních motoristických magazínů

4.1 Úvod do problematiky

Předchozí dvě kapitoly ukázaly, že žánr motoristického magazínu má v českém televizním prostředí dlouholetou tradici. Přesto se žádná práce tímto žánrem blíže nezabývala. V této kapitole budu zkoumat, jaký obsah je součástí tohoto druhu pořadu. Ještě než začnu analyzovat české televizní motoristické magazíny, je nutné vysvětlit, z jakých důvodů byly zkoumané pořady vybrány.

Základ charakteristiky televizního motoristického magazínu vyplývá ze samotného názvu tohoto žánru. Magazín znamená, že se jedná o televizní pořad skládající se z několika příspěvků spojených průvodním slovem moderátora. Z dělení televizních magazínů dle Evy Chudinové⁹⁴ hovoříme v tomto případě o tzv. monotematickém magazínu s jedním nosným tématem, kterým je, jak z názvu vyplývá, motorismus. Jakožto motoristický magazín v této práci označuji ten pořad, jehož hlavní tematikou jsou nové automobily a automobilový průmysl obecně. Z toho vyplývá, že u sledovaných relací nejsou jejich hlavní tematikou motoristické sporty (těm jsou věnovány vlastní sportovní relace jako přímé přenosy závodů motoristických disciplín a magazíny věnované motorsportu) nebo historie automobilů (případně automobilového průmyslu), již jsou věnovány dokumenty či další speciální relace. Výraz televizní pak odkazuje na to, že jsou primárně šířeny pomocí televizního vysílání. Televizní vysílání však nemusí být jediným kanálem pro šíření – televizní pořady jsou v dnešní době šířeny také prostřednictvím internetu. Pořad Autosalon je pak možné přehrát i na mobilních zařízeních pomocí speciální mobilní aplikace.

K analýze televizních motoristických magazínů jsem vybral tři české pořady – Auto Moto Revue, Autosalon a Garáž TV. Ty spojuje fakt, že jsou jediné původní české (v případě Garáže československé) relace vysílané v českém prostředí v průběhu roku 2014, které splňují výše uvedenou základní charakteristiku žánru televizní motoristický magazín.

Rovněž další odvysílané pořady se zabývaly automobily (Svět motorů, WRC Autobazar, Auto roku 2014 v České republice), nové automobily a automobilový průmysl však nebyly jejich hlavním nosným tématem. Svět motorů (ČT sport) je

⁹⁴ TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 233. ISBN 978-80-89447-16-9.

zpravodajský týdeník o dění v motoristických sportech, WRC Magazín (Sport 5) je zpravodajským magazínem zaměřeným na světový šampionát v rallye. Autobazar (Sport 5) pak inzertním pořadem o ojetých vozidlech, zatímco Auto roku 2014 v České republice (ČT2) je dokument o průběhu a vyhlášení nejlepšího vozu pro rok 2014 v rámci ankety Auto roku v České republice.

Další české motoristické magazíny jsou pak šířeny výhradně pomocí internetu. Na internetové televizi Stream jsou vysílány dva motoristické videomagazíny – Drajf a Meziplyn, během roku 2014 bylo na této internetové televizi odvysíláno též 10 epizod pořadu Speed TV. Součástí v únoru 2015 spuštěného webového videoportálu Aktuálně.tv je pořad Auto Report, jehož první epizody byly zveřejněny na serveru iHNed.cz⁹⁵ už v roce 2014, ještě před samotným spuštěním Aktuálně.tv.

Analyzovat budu epizody vysílané v roce 2014. Tento rok jsem si vybral ze dvou důvodů: je blízký natolik, aby zjištěné závěry byly co nejaktuálnější, vybraný rok byl navíc pro trojici zkoumaných pořadů zásadní. Auto Moto Revue se v loňském roce po více než roční pauze vrátila na obrazovky České televize (vizte kapitolu 3. Televizní motoristické pořady v českém prostředí). Spolu s obnovením tohoto již tradičního pořadu došlo také k jeho modernizaci, která měla reflektovat změny v žánru televizních motoristických pořadů. Rovněž pořad Autosalon byl v loňském roce upraven, navíc se vysílání premiéry nové epizody přesunulo z celoformátového kanálu Prima na stanici Prima Cool, zaměřenou na mužského diváka. Pro Garáž rok 2014 byl rokem odvysílání první série tohoto pořadu, která čítala deset epizod. Relace je navíc na rozdíl od Auto Moto Revue a Autosalonu vysílána na monotematickém kanálu (Sport 5) zaměřeného především na sport, a tak chce nalákat spíše menšinového diváka, podle slov tvůrců⁹⁶ takzvané automobilové nadšence. Rozdílem je i to, že Sport 5 není celoplošný vysílatel, ale pouze lokální – pomocí pozemního digitálního vysílání je tento kanál dostupný pouze v Praze a ve Středních Čechách a v krajských městech.

Analýzu provedu také u epizod původní Auto Moto Revue vysílané od roku 1971. Na základě analýzy těchto epizod chci upozornit na původní podobu televizního motoristického magazínu v československém prostředí.

Posledním analyzovaným pořadem bude britská show Top Gear. Ta patří mezi nejsledovanější pořady na světě vůbec, přičemž mnohé další motoristické magazíny se

⁹⁵ Server iHNed.cz je součástí vydavatelství Economia, stejně jako portál Aktuálně.cz.

jejím konceptem inspirují. Pomocí analýzy tohoto pořadu chci zjistit, zda se jeho obsah liší od obsahu českých relací.

4.2 *Metody výzkumné práce*

Zkoumané pořady nejprve podrobím obsahové analýze. Pomocí ní chci poukázat na typický obsah českých televizních motoristických magazínů a případné rozdíly v obsahu mezi zkoumanými pořady. Obsahová analýza zodpoví na následující tři otázky:

Jaké žánry jsou obsahem zkoumaných televizních motoristických magazínů?

Jak dlouhé jsou jednotlivé části zkoumaných pořadů?

Jaký podíl mají jednotlivé žánry na celkové stopáži pořadu?

Úvodní část této kapitoly naznačila, že jednotlivé zkoumané pořady se liší svým charakterem. Proto bude zajímavé sledovat, jakým způsobem se liší jejich obsah a délka jednotlivých příspěvků. Na základě stanovené hypotézy předpokládám, že svým počtem v obsahu televizních motoristických magazínů převažují testy, které zároveň tvoří alespoň čtvrtinu obsahu sledovaných pořadů z hlediska podílu na jejich celkové stopáži. Tento podíl vychází z předchozího bádání při tvorbě bakalářské práce *Rozdíly mezi českými tištěnými a internetovými automobilovými médii (na základě časopisu Svět motorů a serveru Auto.cz)*, na jehož základě jsem zjistil, že obsah psaných motoristických magazínů tvoří ze zhruba čtvrtiny právě recenze automobilů. Z toho důvodu předpokládám, že také v televizních motoristických magazínech budou hrát automobilové testy důležitou roli. Při stanovování hypotézy jsem vycházel rovněž z vlastní divácké zkušenosti, na jejímž základě vím, že testy automobilů jsou v motoristických magazínech hojně zastoupeny. Výstupem obsahové analýzy budou statistická data srovnávající zkoumané pořady, která budou přehledně prezentována na základě tabulek a grafů.

⁹⁶ iFaster.cz uvádí novou televizní show o autech Garáž. In: *Tiscali.media* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.tiscalimedia.cz/novinky/ifaster-cz-uvadi-novou-televizni-show-o-autech-garaz>.

V druhé části průzkumu budu zjištěné výsledky interpretovat, a to pomocí analýzy dostupných archivních materiálů a pomocí rozhovoru s tvůrcem televizního motoristického magazínu.

4.2.1 Obsahová analýza

Obsahová analýza je ideální metodou pro zjišťování obsahu sledovaného média. Tato kvantitativní výzkumná metoda *zkoumá, jakými tématy se média zabývají a jak velký prostor jim dávají.*⁹⁷ Výhodou obsahové analýzy v případě zkoumaného materiálu je to, že *umožňuje srovnávat obsah médií různých zemí nebo médií různých historických období.*⁹⁸ Metoda rovněž *dovoluje dosti přesně popsat zkoumaný materiál, vymezit proporce mezi jeho jednotlivými aspekty a zpochybnit rychlé a falešné soudy.*⁹⁹ Další výhodou této metody je její *přenositelnost a vysoká míra strukturovanosti, s čímž souvisí vysoký stupeň ověřitelnosti.*¹⁰⁰

Analýza celého výběrového souboru nebývá efektivní. Zároveň by byla časově náročná a v případě výzkumu starých dílů Auto Moto Revue i prakticky nemožná, protože digitální archiv České televize obsahuje jen některé odvysílané epizody tohoto pořadu. Z těchto důvodů budu analyzovat jen část souboru, což k prozkoumání stanovených proměnných postačuje¹⁰¹. K analýze bude použit vzorek náhodně vybraných epizod zkoumaných pořadů. V případě Autosalonu budu zkoumat 10 epizod, v případě Auto Moto Revue sedm epizod a v případě Garáže dvě epizody vysílané během roku 2014. Ty srovnám se dvěma epizodami Top Gearu vysílanými v roce 2014 a čtyřmi epizodami pořadu Auto Moto Revue ze sedmdesátých a osmdesátých let.

Důvodem odlišného počtu zkoumaných epizod je snaha o zachování stejné vypovídající hodnoty u všech zkoumaných pořadů. Každý ze zkoumaných magazínů sice byl v roce 2014 vysílán s týdenní periodicitou, každý má ale na svém kontě odlišný počet odvysílaných dílů. Autosalon byl vysílán po celý rok (celkem 51 epizod), Auto Moto Revue od března (celkem 34 epizod). Garáž pak byla vysílána v desetidílné sérii,

⁹⁷ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, s 99. ISBN 978-807-3676-834.

⁹⁸ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, s 100. ISBN 978-807-3676-834.

⁹⁹ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s 34. ISBN 80-85947-67-6.

¹⁰⁰ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, s 103. ISBN 978-807-3676-834.

Top Gear naopak v sedmidílné sérii. Počet epizod jednotlivých pořadů je sice ve výzkumném vzorku odlišný, podíl na celkem odvysílaných epizodách je ale totožný – v průzkumu budu u všech pořadů pracovat s pětinou epizod odvysílaných v roce 2014. Tento podíl jsem vyhodnotil jako dostatečný k tomu, aby výstupní data byla reprezentativní. Měla by tedy přinášet jen minimální zkreslení. Výběr čtyř epizod „staré“ Auto Moto Revue je ryze prozaický, jedná se o čtyři vůbec nejstarší epizody dostupné v Badatelně České televize na Kavčích horách. Tyto epizody byly vysílány v letech 1972, 1979 a 1981.

Jako jednotka měření bude zvolen materiál logicky oddělen od ostatního vysílaného materiálu (např. titulky, stand-upem nebo prostřihem).

Epizody budu hledat pomocí archivů pořadů dostupných prostřednictvím webových stránek jejich vysílatelů – www.ceskatelevize.cz (Auto Moto Revue), www.autosalon.iprima.cz (Autosalon) a Sport5.cz (Garáž). Pro výzkum „staré“ Auto Moto Revue využiji již zmíněný archiv Badatelny České televize, pro výzkum Top Gearu pak zaznamenané epizody ze svého osobního archivu.

Jednotlivé jednotky budu pomocí obsahové analýzy řadit do následujících desíti kategorií, přičemž každá jednotka může být zařazena maximálně do jedné kategorie:

- Divácká soutěž
- Historie
- Rádce
- Reportáž
- Rozhovor
- Technika
- Test
- Závod
- Zpráva
- Ostatní

Dané kategorie jsem vybral na základě studia žánrů, které byly u těchto pořadů prezentovány, ať už v archivních televizních programech nebo v propagačních materiálech k těmto pořadům.

¹⁰¹ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, s 105. ISBN 978-807-3676-834.

Jednotka bude do dané kategorie zařazena na základě splnění atributů, které jsou pro daný žánr charakteristické. Pokud bude analyzovaná jednotka splňovat atributy více žánrů, bude zařazena do jedné z kategorií podle toho, které atributy budou dominantní. Tyto atributy jsem u žánrů reportáž, rozhovor, test a zpráva blíže popsal v kapitole 1. Základní pojmy.

Do kategorie Divácká soutěž zařadím ty příspěvky, které lákají diváky na výhru nějaké ceny při správném zodpovězení soutěžní otázky. Do kategorie Rádce budou řazeny ty příspěvky, které divákům v nějaké oblasti motorismu radí – ať už s metodou řízení, přípravou vozidla před zimou nebo nákupem vhodných pneumatik. Tento žánr byl propagován u původní Auto Moto Revue (*v magazínu vám poradíme, jak jezdit v zimě, povíme si něco o technice jízdy v tomto náročném počasí*¹⁰²) nebo u Autosalonu ((pořad) *bude také radit, jak se například připravit na dovolenou s autem nebo kdy dát čtyřnohého miláčka do servisu*¹⁰³). Kategorie Historie zahrne ty příspěvky, které se věnují historii automobilů nebo historii automobilové techniky. Jako Technika budou chápány ty příspěvky, které se primárně zabývají technikou automobilů a blíže ji popisují. Tato problematika má být mimo jiné obsahem současné Auto Moto Revue (*Příběhová linie je doplněna informacemi o technických novinkách a vychytávkách*¹⁰⁴). Jako Závod budou chápány ty příspěvky, v rámci kterých autoři pořadu pořádají nějaký speciální závod. Na tento žánr láká např. Autosalon (*Součástí pořadu pak budou i závody vybraných automobilů*¹⁰⁵) nebo Top Gear (*Hammond se dostane za volant Alfy Romeo 4C s uprostřed uloženým pohonem, jeho radost je však narušena příjezdem Jeremyho Clarksona, který se domáhá závodu proti jeho čtyřkolce*¹⁰⁶). Do kategorie Ostatní budou řazeny příspěvky, které svými atributy nespádají ani do jedné z předcházejících kategorií.

Dále budu jednotlivé jednotky řadit do následujících pěti kategorií podle jejich délky:

¹⁰² Auto-Moto Revue. *Československá televize*. 1984, roč. 20, č. 8, s. 7.

¹⁰³ Vylepšený Autosalon se přesouvá na Prima Cool. In: *MediaMania* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/vylepseny-autosalon-se-presouva-na-prima-cool_309049.html.

¹⁰⁴ Auto Moto Revue: O pořadu. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7552-o-poradu/>.

¹⁰⁵ Vylepšený Autosalon se přesouvá na Prima Cool. In: *MediaMania* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/vylepseny-autosalon-se-presouva-na-prima-cool_309049.html.

¹⁰⁶ Series 21 (2014). In: *TopGear.com* [online]. 2014 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.topgear.com/uk/tv-show/series-21>.

do 29 sekund

30 sekund – 59 sekund

60 sekund (1 minuta) až 299 sekund

300 sekund (5 minut) až 599 sekund

Delší než 600 sekund (10 minut)

Délka každé jednotky bude měřena od jejího logického začátku (titulky, prostřih, stand-up apod.) po logický závěr (prostřih, titulky dalšího příspěvku apod.). Zaznamenávat budu přesnou délku jednotky, aby bylo možné zjistit podíl jednotlivých žánrů na celkové stopáži pořadu. Pokud bude daný materiál přerušen jiným materiálem, bude délka jeho částí počítána dohromady a ne zvlášť. S úvodními a závěrečnými titulky pořadu obsahová analýza nebude pracovat. Celková délka dané epizody bude počítána bez úvodních a závěrečných titulků.

4.2.2 Analýza dokumentů a rozhovor

V druhé části analýzy budu data zjištěná pomocí obsahové analýzy interpretovat. K tomu použiju dvě výzkumné metody: analýzu dokumentů a hloubkový rozhovor.

Analýza dokumentů *patří mezi standardizované způsoby výzkumu důležitých listin*,¹⁰⁷ které bývají užívány jak v kvalitativním, tak v kvantitativním výzkumu. Zaznamenané dokumenty, tedy *obecně veškeré stopy lidské existence*,¹⁰⁸ je možné analyzovat z různých hledisek – projevují se v nich osobní nebo skupinové vědomé nebo nevědomé postoje, hodnoty a ideje. Výzkumník se v této analýze zabývá daty, která vznikla v minulosti, byla pořízena někým jiným než výzkumníkem a pro jiný účel, než jaký má aktuální výzkum.

Výhodou této metody je fakt, že uložené informace ve zkoumaných dokumentech nemohou být zkresleny. Subjektivním faktorem je v této metodě pouze výběr dat, ne samotná data.

Pro hlubší pochopení dané problematiky a lepší interpretaci získaných dat pořídím po vyhodnocení obsahové analýzy hloubkového rozhovor s tvůrcem televizního motoristického magazínu. Otázky rozhovoru trvajících minimálně půl hodiny jsou

¹⁰⁷ DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměň. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s 131. ISBN 978-80-246-1966-8.

¹⁰⁸ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, s 130. ISBN 978-80-7367-485-4.

zvoleny tak, aby pomohly vysvětlit získaná data. Odpovědi získané pomocí interview připojím přímo k diskutovanému tématu.

4.3 Výsledky obsahové analýzy

Pro potřeby obsahové analýzy byly náhodně vybrány následující epizody sledovaných pořadů. Jak bylo vysvětleno v předchozí kapitole, v případě sledovaných pořadů vysílaných v roce 2014 byla vybrána pětina odvysílaných epizod daného magazínu. V případě „staré“ Auto Revue byly vybrány čtyři nejstarší epizody dostupné prostřednictvím digitálního archivu Badatelny České televize. Jmenovitě se jednalo o následující epizody:

Příloha B: Zkoumané epizody sledovaných magazínů v obsahové analýze (tabulka)

„Nová“ Auto Moto Revue	
Epizoda	Datum premiéry
3/2014	15. března 2014
5/2014	29. března 2014
10/2014	3. května 2014
12/2014	17. května 2014
17/2014	21. června 2014
21/2014	20. září 2014
32/2014	6. prosince 2014
Autosalon	
Epizoda	Datum premiéry
5/2014	1. února 2014
12/2014	22. března 2014
18/2014	3. května 2014
23/2014	7. června 2014
31/2014	31. července 2014
38/2014	18. září 2014
41/2014	9 října 2014
43/2014	23. října 2014
51/2014	18. prosince 2014

Garáž	
Epizoda	Datum premiéry
5/2014	16. května 2014
10/2014	25. července 2014
Top Gear	
Epizoda	Datum premiéry
Série 21, epizoda 2	9. února 2014
Série 21, epizoda 3	16. února 2014
„Stará“ Auto Moto Revue	
Epizoda	Datum premiéry
7/1972	6. dubna 1972
32/1979	21. srpna 1979
2/1981	14. ledna 1981
15/1981	15. dubna 1981

Obsahová analýza vyjevila, že i v televizních motoristických magazínech se jednotlivé žánry prolínají. Na tento trend upozorňuje mj. Barbora Osvaldová: *žánrové rozdělení je nestálé a značně vágní, není ani tak produktem teorie vědy a teorie, jako spíše praktického používání v médiích.*¹⁰⁹ Některé jednotky by z toho důvodu bylo možné řadit do více kategorií, jak ale bylo uvedeno v úvodu analýzy, každá jednotka mohla být zařazena jen do jedné kategorie. To je případ srovnávacího testu dvou vozidel značky Mini z epizody 5/2014 pořadu Auto Moto Revue, jehož součástí byly i závody mezi těmito vozy, na jejichž základě byly oba automobily srovnávány. Jelikož v tomto případě převládly atributy testu (hodnocení auta, srovnání s jiným vozem nebo jmenovaná technická data), byla tato analyzovaná jednotka zařazena do kategorie Test. Jmenovaný srovnávací test byl v dané epizodě rozdělen do několika částí, jeho celková délka byla počítána jako součet délek těchto částí podle toho, jak bylo definováno v úvodu analýzy. Podobný případ se ukázal u britského Top Gearu – materiál natáčený na Ukrajině v 3. epizodě 21. série je prezentován jako závod, ve skutečnosti se ale jedná o reality show s prvky reportáže a srovnáním tří automobilů s tříválcovými motory. Naopak původní Auto Moto Revue ukazuje, že v minulosti bylo rozdělení žánrů

¹⁰⁹ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 243. ISBN 978-807-2772-667.

zřetelnější a stabilnější, jednotlivé materiály bylo v tomto případě jednodušší rozdělit do sledovaných kategorií, jelikož ve většině případů měly atributy jen jednoho žánru.

Cílem obsahové analýzy bylo potvrdit, nebo vyvrátit stanovenou hypotézu, že svým počtem jsou v televizních motoristických magazínech nejvíce zastoupeny testy, které zároveň tvoří alespoň čtvrtinu celkové stopáže analyzovaného pořadu, a zodpovědět na následující tři výzkumné otázky:

Jaké žánry jsou obsahem zkoumaných televizních motoristických magazínů?

Jak dlouhé jsou jednotlivé části zkoumaných pořadů?

Jaký podíl mají jednotlivé žánry na celkové stopáži pořadu?

Stanovená hypotéza se potvrdila pouze z části. Testy sice měly více než čtvrtinový podíl na celkové stopáži ve sledovaných pořadech Auto Moto Revue, Autosalon a Garáž (ve kterých dokonce měly více než poloviční podíl na celkové stopáži), svým počtem ale nad jinými sledovanými žánry nepřevážily. Nejvíce jednotek bylo zpravidla zařazeno do kategorie Ostatní. V původní Auto Moto Revue a v Top Gearu pak testy netvořily ani čtvrtinu jejich stopáže. Zjištěna data blíže vysvětlím v podkapitole 4.4 Interpretace výsledků.

Z hlediska počtu měl žánr test největší zastoupení u Garáže a Top Gearu, velký počet testů se objevuje i v „nové“ Auto Moto Revue a v Autosalonu. V těchto pořadech ale počtem převážily jednotky řazené do kategorie Ostatní. V Auto Moto Revue se však ve velké části případů jednalo o mezititulky, případně upoutávky na další materiál, který se v dané epizodě ještě objeví. Svým počtem hrály tyto jednotky velkou část, v poměru na celkové stopáži daného pořadu však byly nedůležité. V Autosalonu a Top Gearu však byly do této kategorie řazeny i příspěvky s atributy reality show, které v celkové stopáži hrály větší roli.

Data získaná prostřednictvím obsahové analýzy dále ukázala, že obsah dnešních televizních motoristických magazínů se ve srovnání s původní Auto Moto Revue výrazně proměnil. V původní Auto Moto Revue totiž převažovaly jednotky řazené do kategorií Zpráva a Reportáž. Důležitou roli mívala v původní Auto Moto Revue také Divácká soutěž. Ta do dnešních dní zůstala pouze v pořadu Autosalon. V dnešní Auto Moto Revue se podobný žánr také objevuje – v průběhu epizody jsou diváci otázeni na nějakou otázku související s vysílaným materiálem. Ta je posléze v pořadu zodpovězena, avšak bez možnosti zisku nějaké hodnotné ceny. Z tohoto důvodu byly

takové materiály řazeny do kategorie Ostatní, protože nesplňovaly charakter Divácké soutěže uvedené v úvodu obsahové analýzy. Britský Top Gear se pak ve srovnání s ostatními sledovanými magazíny liší zastoupením rozhovorů, které jsou součástí talk-show rubriky Star in a Reasonably Priced Car (Hvězda v autě za rozumnou cenu). V původní Auto Moto Revue se objevily pouze anketní rozhovory v rámci odvysílaných reportáží.

Příloha C: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaných magazínech podle jejich počtu (tabulka)

Obsahová analýza: Zastoupení jednotlivých žánrů podle jejich počtu					
	„Nové“ AMR	Autosalon	Garáž	„Původní“ AMR	Top Gear
Divácká soutěž	0	12	0	4	0
Historie	11	1	0	1	0
Rádce	3	4	0	2	0
Reportáž	9	6	1	7	1
Rozhovor	0	0	0	0	2
Technika	0	0	0	1	0
Test	22	29	5	1	6
Závod	0	2	3	0	1
Zpráva	0	22	0	8	2
Ostatní	31	55	8	0	4

Analýza délky jednotlivých příspěvků ukazuje, že ve sledovaných relacích jsou nejvíce zastoupeny příspěvky dlouhé od 60 sekund do 299 sekund. Takto dlouhé příspěvky převažují v obou sledovaných Auto Moto Revue, Autosalonu i Garáži. Velký počet takto dlouhých příspěvků najdeme též v Top Gearu, kde nicméně jsou nejčastěji zastoupené dlouhé příspěvky, jejich stopáž přesahuje 600 sekund (10 minut). U moderní Auto Moto Revue a Autosalonu hrají svým počtem důležitou roli také krátké příspěvky, jejichž stopáž je maximálně 29 sekund. V těchto pořadech jsou často používány různé mezititulky, ilustrační záběry nebo jiný druh materiálu, který odděluje jednotlivé příspěvky.

Nejdelší stopáž u sledovaných pořadů měly obecně jednotky řazené do kategorií Reportáž a Test. Nejkratší stopáž naopak měly jednotky řazené do kategorie Ostatní, které zahrnovaly různé mezititulky a prostřihy. Výjimkou je v tomto ohledu Top Gear, protože mezi jednotky spadající do kategorie Ostatní patří i materiál s atributy reality show. Rozdíl najdeme ve stopáži kategorie Zprávy, zatímco v původní Auto Moto Revue měly zprávy stopáž maximálně jedné minuty, u Top Gearu a Autosalonu jsou podstatně delší.

Příloha D: Zastoupení jednotlivých materiálů ve sledovaných magazínech podle jejich stopáže (tabulka)

Obsahová analýza: Zastoupení zkoumaných jednotek podle jejich délky					
	„Nové“ AMR	Autosalon	Garáž	„Původní“ AMR	Top Gear
Do 29 sekund	20	24	3	3	0
30 sekund až 59 sekund	10	24	3	3	1
60 sekund až 299 sekund	24	24	6	13	5
300 sekund až 599 sekund	6	14	3	5	3
Delší než 600 sekund	0	6	2	2	6

Reálný obsah televizních motoristických magazínů nejlépe popisuje poměr jednotlivých žánrů na celkové stopáži pořadu. To, že jsou jednotky z jedné kategorie zastoupeny v hojném počtu, ještě neznamená, že jsou důležitým obsahem – mohou totiž mít krátkou stopáž. Právě na tuto problematiku se zaměřila třetí výzkumná otázka, která sledovala poměr jednotlivých žánrů na celkové stopáži pořadu. Při hledání odpovědi na tuto otázku zjistíme, že největší podíl na vysílání mají v televizních motoristických

magazínech recenze automobilů. To potvrdilo stanovenou hypotézu, že testy aut tvoří v televizních motoristických magazínech z hlediska stopáže alespoň čtvrtinu jejich obsahu. U všech dnešních českých motoristických magazínů tento žánr tvořil více než polovinu stopáže, u relace Garáž dokonce dosáhl tří čtvrtin celkové stopáže. Výjimkou je v tomto ohledu Top Gear, kde je zastoupení sledovaných žánrů vcelku rovnoměrně rozloženo. Největší podíl (35 %) mají u tohoto pořadu jednotky řazené do kategorie Ostatní. Vliv na tento výsledek měl materiál, který splňuje atributy reality show.

Naopak v původní Auto Moto Revue měly největší podíl reportáže – také více než polovinu, zatímco testy automobilů tvořily jen čtyři procenta celkové stopáže.¹¹⁰ To ukazuje, že formát televizního motoristického magazínu se v českém prostředí v průběhu let výrazně proměnil. Stejně tak materiály popisující techniku automobilů se v dnešních sledovaných motoristických magazínech neobjevují. O technice vozidel moderní magazíny referují, avšak v jiné formě – v rámci rad řidičům (např. která kontrolka v autě co znamená) nebo zpravodajství (např. nová generace tlumičů).

Také současné motoristické magazíny se ale v mnoha ohledech liší. V moderní Auto Moto Revue jsou významně zastoupeny materiály týkající se historie automobilů nebo historie spjaté s motoristickou tematikou (17 % na celkové stopáži).

Zprávy jsou pak v Autosalonu a Top Gearu zastoupeny z 11 % na celkové stopáži, zatímco v moderní Auto Moto Revue a Garáži se zpravodajské materiály neobjevují. Vyšší podíl zpráv na celkové stopáži Autosalonu a Top Gearu poněkud překvapuje, v dnešní době mají diváci mnohem rychlejší cesty k novinkám v automobilovém průmyslu – především díky motoristickým webovým serverům.

Příloha E: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaných magazínech podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (tabulka)

Obsahová analýza: Zastoupení jednotlivých žánrů podle podílu na celkové stopáži pořadu					
	„Nové“ AMR	Autosalon	Garáž	„Původní“ AMR	Top Gear
Divácká soutěž	0 %	2 %	0%	6 %	0 %

¹¹⁰ V kapitole 4.4 Interpretace výsledků blíže vysvětlím, že dnešního podílu zastoupení recenzí automobilů nebylo možné z praktického hlediska v tehdejším prostředí dosáhnout.

Historie	17 %	1 %	0 %	2 %	0 %
Rádce	6 %	4 %	0 %	26 %	0 %
Reportáž	9 %	10 %	3 %	52 %	10 %
Rozhovor	0 %	0 %	0 %	0 %	22 %
Technika	0 %	0 %	0 %	5 %	0 %
Test	57 %	52 %	75 %	4 %	10 %
Závod	11 %	5 %	12 %	0 %	11 %
Zpráva	0 %	11 %	0 %	5 %	12 %
Ostatní	11 %	15 %	10 %	0 %	35 %

4.4 Interpretace výsledků

Výsledky obsahové analýzy ukázaly, že v obsahu dnešních českých televizních motoristických magazínů převažují recenze automobilů, zatímco v původní Auto Moto Revue byly nejvíce zastoupeny reportáže a tzv. rady řidičům. Z hlediska délky dnes převažují minutové až pětiminutové příspěvky, výjimkou je v tomto ohledu Top Gear, kde jsou nejvíce zastoupeny materiály delší než deset sekund.

Zjištěná data nyní budu interpretovat na základě historických dokumentů a pomocí hloubkového rozhovoru s jedním z tvůrců televizních motoristických magazínů.

Zpovídaným je Radek Vrtal, jeden ze současných moderátorů pořadu Autosalon. Na relaci pracuje už od září 2004, vedle moderátora je též produkčním, z titulu této funkce se stará o výrobu pořadu. Jedná se o zkušeného motoristického novináře, který o problematice televizních motoristických magazínů má perfektní dlouholetý přehled přímo z praxe.

4.4.1 Dnešní Auto Moto Revue

Ve sledovaných epizodách dnešní verze pořadu Auto Moto Revue převažovaly jednotky řazené do kategorie Ostatní (31 jednotek této kategorie). Velká část těchto jednotek byla scénami, které uváděly jednotlivé materiály, nebo upoutávkami na další vysílaný materiál. Z toho důvodu se jednalo o velice krátké příspěvky. Hojně byly

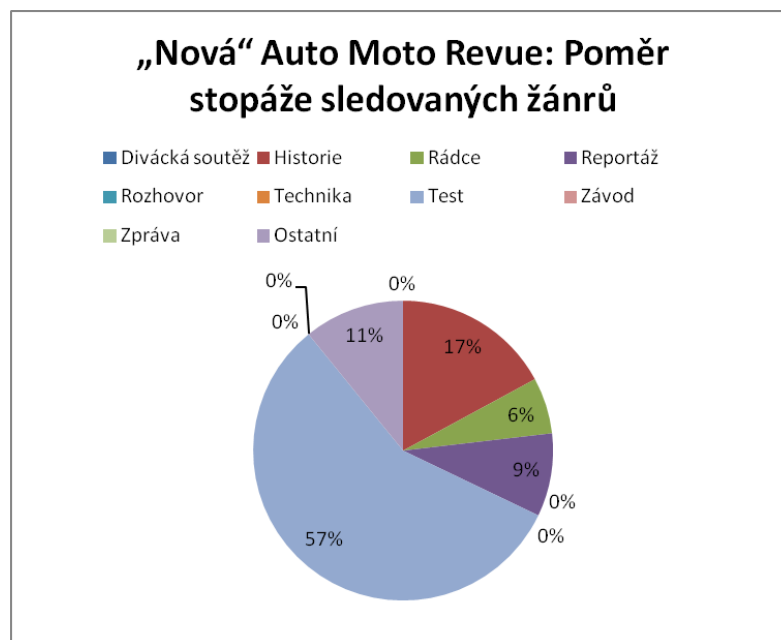
zastoupeny testy (22 jednotek s atributy tohoto žánru) a materiály z kategorie Historie (11 jednotek).¹¹¹

Z hlediska délky jsou v nové Auto Moto Revue zastoupeny spíše kratší jednotky, většina z nich měla délku do pěti minut. Žádný z příspěvků nebyl delší než deset minut. Nejkratší stopáž měly příspěvky řazené do kategorie Ostatní (celkem 20 jednotek). Naopak nejdelší byly nejčastěji testy – čtyři ze sedmi jednotek analyzovaných jako testy mělo stopáž od 300 do 599 sekund. Zbývající testy měly stopáž od 60 do 299 sekund.¹¹²

V podílu na celkové stopáži pořadu mají v analyzovaných epizodách největší zastoupení testy, které tvoří 57 % stopáže sledovaných epizod. Na základě obsahové analýzy můžeme tvrdit, že charakteristickým prvkem dnešních televizních motoristických magazínů je převaha recenzí automobilů na celkové stopáži relace. Více než polovinu stopáže tvoří testy také v případě magazínů Autosalon a Garáž.

Celková stopáž pořadu je kratší než v případě Autosalonu, zatímco ve srovnání s podobně dlouhou relací Garáž se v Auto Moto Revue objevuje větší počet materiálu. Kratší stopáž pořadu a nabídka různorodějšího obsahu vysvětluje, proč jsou jednotlivé příspěvky kratší než u ostatních sledovaných pořadů.

Příloha F: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném magazínu Auto Moto Revue podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)



¹¹¹ Vizte přílohu č. 7.

¹¹² Vizte přílohu č. 12.

Ve srovnání s původní Auto Moto Revue dále můžeme tvrdit, že dnešní podoba televizního motoristického magazínu se zásadním způsobem proměnila. V původní Auto Moto Revue z hlediska podílu na celkové stopáži převažovaly reportáže, které tvořily více než polovinu stopáže.

Když moderní Auto Moto Revue srovnáme s ostatními sledovanými pořady, zjistíme, že testy vysílané v této relaci jsou spíše kratšího rázu. Ve sledovaných epizodách Auto Moto Revue nebyl ani jeden test delší než 10 minut, což je u Garáže a Autosalonu vcelku běžná stopáž. V tomto ohledu tak Auto Moto Revue navazuje na svoji původní verzi, jejíž testy byly stopáží také kratší, avšak informačně nabyté. Dnešní recenze v Auto Moto Revue jsou spíše zábavnějšího charakteru – jejich součástí jsou netradiční závody (zkouška toho, kolik lidí se vejde do testovaných vozidel Mini v epizodě 5/2014) nebo jsou testovaná vozidla humorně charakterizovaná („*moje drahé půlky si tu vrní jako kočka u krbu*“¹¹³). Takový trend je pro dnešní motoristické magazíny typický, prvky zábavy se objevují i v ostatních sledovaných pořadech.

Vedle osobních automobilů se v Auto Moto Revue objevují i další motorová vozidla – ve sledovaných epizodách to byla motokára, nákladní vůz, sněžný skútr nebo sněžná rolba. V tomto ohledu je Auto Moto Revue opravdu „motoristickým“ magazínem a ne jen „automobilovým“ magazínem. Autosalon je na tom v tomto ohledu podobně – ve sledovaných epizodách se objevil karavan, nákladní vozidlo nebo motocykl. Garáž je spíše „automobilovým“ magazínem, osobní auta jiná vozidla doplňují jen výjimečně. Mezi moderátory Auto Moto Revue ostatně figuruje i specialista na nákladní vozy – Josef Kalina je bývalý navigátor Karla Lopraise, který v Rallye Paříž – Dakar závodil s nákladními vozidly Tatra.

Důvodem na výrazně menším zastoupení rad řidičů než v původním Auto Moto Revue mohou být spoty Stop, které se nepravidelně objevují na obrazovkách České televize. Tyto spoty produkované BESIPem radí řidičům s bezpečnou jízdou – upozorňují *na různé situace v provozu, jejich příčiny, následky a jak jim předejít, boří různé mýty a přináší informace, které by neměly chybět mezi znalostmi každého*

¹¹³ VALENTA, Aleš. Test Porsche Macan, In: Auto Moto Revue, TV, ČT2. 20. 9. 2014 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/214562220500017-zkontrolujeme-opravu-dalnice-d1-svezeme-se-broukem-a-otestujeme-porsche-macan/video/>.

*odpovědného řidiče.*¹¹⁴ Rady o bezpečné jízdě se sdružují do těchto spotů, a proto se dále neduplikují v rámci dalšího pořadu.

4.4.2 Autosalon

Ve sledovaných epizodách Autosalonu bylo nejvíce jednotek zařazeno do kategorie Ostatní (celkem 55).¹¹⁵ To je způsobeno tím, že v pořadu jsou často využívány upoutávky na další vysílaný materiál, prostřihy nebo mezititulky, které logicky oddělují jednotlivé vysílané materiály. Ve vybraných epizodách byl navíc zastoupen materiál s atributy reality show. Jednalo se o dlouhodobou soutěž Blesk Drifter, která se skládala z jízdy na okruhu, při které soutěžící měly za úkol jet co nejdelší dobu v kontrolovaném smyku. Přestože byl tento materiál prezentován jako soutěž, do kategorie Divácká soutěž nemohl být zařazen, protože nesplňoval stanovený charakter. Do soutěže se totiž jedinci dostali na základě vylosování a ne na základě správného zodpovězení soutěžní otázky.

Dále byly svým počtem ve sledovaných epizodách Autosalonu nejvíce zastoupeny testy (28 jednotek) a zprávy (22 jednotek). Velký počet zpravodajského materiálu je způsoben speciálem z pařížského autosalonu (epizoda 41/2014), který byl celý věnovaný novinkám představeným na této důležité automobilové výstavě. Nebýt této epizody, nebyly by zprávy v Autosalonu zastoupeny prakticky vůbec. Naopak testy se objevily ve všech sledovaných epizodách, v každé sledované epizodě byla vysílána minimálně jedna jednotka zařazená do této kategorie. Radek Vrtal přiznává, že počet testů v dané epizodě je určen. „*Skladba toho pořadu je plus minut předurčena. V každém dílu jsou minimálně tři autotesty plus jedna motorka,*“ říká¹¹⁶. Recenze aut jsou totiž pro automobilky pro prezentaci jejich výrobku nejzajímavější. Podle Vrtala ale nyní přibývá zájem výrobců o natočení jiného materiálu s jejich produktem, než je test. Tímto způsobem např. vznikla reportáž z jízdy v Seatu Leon X-Perience do rakouských Alp. Z toho vyplývá, že obsah pořadu na komerční stanici neovlivňuje jen divácký zájem, ale také zájem inzerentů.

¹¹⁴ ONDRÁŠÍK, Radek. Televizní spoty STOP od BESIPu jsou konečně k dispozici i na webu.

In: *AutoRevue* [online]. 2006 [cit. 2015-04-15]. Dostupné z: http://www.autorevue.cz/televizni-spoty-stop-od-besipu-jsou-konecne-k-dispozici-i-na-webu_2.

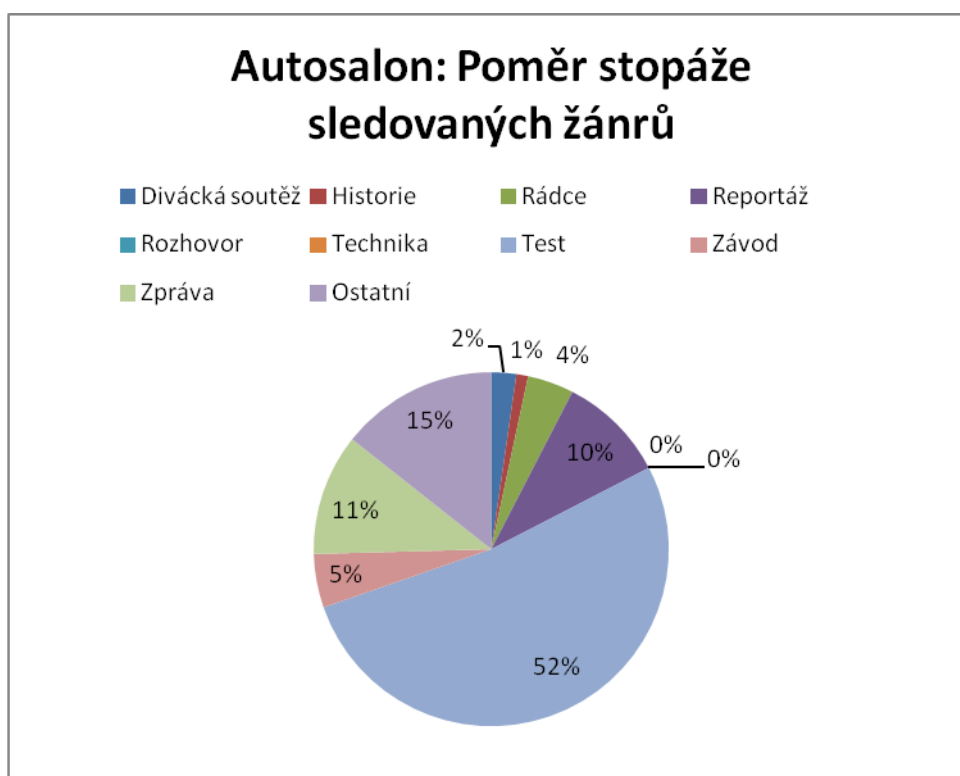
¹¹⁵ Vizte příloha č. 8.

¹¹⁶ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

Z hlediska délky jsou jednotlivé materiály v Autosalonu rovnoměrně rozděleny mezi dlouhé a krátké příspěvky. Jednotky zařazené do kategorií 0 – 29 sekund, 30 – 59 sekund a 60 – 300 sekund byly ve sledovaných epizodách zastoupeny po 26 %.¹¹⁷

Podíl jednotlivých materiálů na celkové stopáži pořadu ukazuje, že Autosalon můžeme podobně jako Auto Moto Revue a Garáž označit za typického zástupce dnešního televizního motoristického magazínu – v jeho stopáži totiž převažují recenze automobilů, které tvoří více než polovinu stopáže ve sledovaných epizodách. Rozdílem proti Garáži a Auto Moto Revue je ten, že velké zastoupení v Autosalonu mají recenze motocyklů a další materiály věnované jednostopým vozidlům. Mezi moderátory pořadu je dokonce „expert“ na motocykly, bývalý motocyklový kaskadér Josef „Sršeň“ Šiler.

Příloha G: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném magazínu Autosalon podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)



Tímto způsobem se Autosalon snaží zaujmout i fanoušky motocyklů, kterým není v českém prostředí věnován samostatný motocyklový pořad. Producentská skupina Autosalonu se v minulosti podílela na vzniku motorkářského pořadu I like bike pro kanál Prima Cool. Jakmile jeho vysílání bylo ukončeno, nechtěli producenti přijít o

¹¹⁷ Vizte příloha č. 18.

práci bývalého kaskadéra Josefa Šilera, a tak tematiku motocyklů zapracovali do Autosalonu. „*Je velké procento diváků, kteří nejsou schopni skousnout to, že do Autosalonu dáváme motorku. Myslíme si ale, že je to správné, protože Pepa (Josef Šiler) do toho umí vnést bezpečnostní prvek nebo radu. Mohlo by to mít nepatrný vliv na chování těchto dvou obrovských skupin na silnici, mezi kterými vládne velká nevraživost,*“ říká Vrtal¹¹⁸.

Vysílané testy v Autosalonu mají spíše delší stopáž, jen jediný sledovaný test spadal do kategorie 60 – 299 sekund. Ostatních 28 jednotek označených za testy bylo delších než 300 sekund. Vrtal¹¹⁹ vysvětluje, že aby se jeden vysílací den vyplatil, musí mít výsledná délka testu alespoň sedm minut. Jediný analyzovaný test spadající do kategorie 60 – 299 sekund byl pouze statickou recenzí (bez hodnocení jízdních vlastností) z pařížského autosalonu.

Recenze automobilů (a motocyklů) v Autosalonu kombinují prvky pojetí původního Auto Moto Revue a dnešních testů. Podobně jako v původní Auto Moto Revue jsou testy Autosalonu vcelku podrobné a informačně nabyté. Mezi údaji o testovaném vozidle se ve velkém počtu případů objevují i podrobná data o jeho technice nebo textové (případně slovní) srovnání s konkurenčními vozy. „*Ne u každého auta se hodí mluvit o tom, jaké má výkonové parametry. Nebo naopak pokud máte nějakou super káru, není třeba ztrácet čas těmito věcmi, které si divák může dohledat na internetu. Občas není prostor (v testu) tyto věci říci,*“ vysvětluje toto pojetí Vrtal.¹²⁰ Takové informace v případě testů v současné Auto Moto Revue, Garáži a Top Gearu zcela chybí, pouze v případě srovnávacích testů jsou recenzovaná vozidla navzájem srovnávána.

Dnešnímu zábavnějšímu pojetí testů se recenze Autosalonu blíží díky používání humoru v charakterizování vozu a vtipných přívlastků („*šprtka německá*“¹²¹, „*koupí tohoto auta infikujete svůj řidičák virem ebola, slabším povahám vydrží 14 dní*“¹²²), případně netradičními testy (součástí srovnávacího testu v epizodě 31/2014 byla zkouška toho, se kterou limuzínou značky Rolls-Royce se dá snadněji zaparkovat na parkovišti obchodního centra).

¹¹⁸ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹¹⁹ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹²⁰ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹²¹ VRTAL, Josef. Test Opelu Meriva, In: Autosalon, TV, Prima Cool, 18. 9. 2014 20:15. Dostupný také z: <http://autosalon.iprima.cz/video/autosalon-2014-38>.

¹²² VRTAL, Josef. Test Lamborghini Huracán, In: Autosalon, TV, Prima Cool, 23. 10. 2014 20:15. Dostupný také z: <http://autosalon.iprima.cz/video/autosalon-2014-43>.

Vrtal přiznává,¹²³ že pojetí testu se liší podle moderátora, který jím provází. Zatímco Josef Vrtal jakožto vystudovaný herec myslí spíše na zábavu a František Fiala jako dlouholetý motoristický novinář na jízdni vlastnosti testovaného automobilu, Radek Vrtal chce podle svých slov¹²⁴ prezentovat ty informace, které jsou z jeho pohledu při koupi testovaného vozu důležité. Pro moderátorku Barboru Polákovou zase platí, že do pohledu na auta vnese ženský prvek. Moderátoři se díky tomuto odlišnému pohledu vzájemně doplňují.

Důležitý podíl na celkové stopáži měly ve sledovaných epizodách i jednotky řazené do kategorie Ostatní (15 %). To je způsobeno tím, že do této kategorie byly zařazeny zmíněné příspěvky s atributy reality show, které měly delší stopáž (300 až 599 sekund). Nebýt této dlouhodobé soutěže, byla by celková stopáž příspěvků z kategorie Ostatní podstatným způsobem kratší.

Zatímco v původní Auto Moto Revue byly hojně zastoupeny příspěvky radící řidičům, v dnešních televizních motoristických magazínech se už tolik neobjevují. Vrtal říká,¹²⁵ že diváky takový materiál nadále zajímá, z inzertního hlediska ale není pro komerční stanici tak zajímavý. „*Aby to bylo akční, musela by to být krátká stopáž, a to by pro nás mělo špatný finanční efekt,*“ vysvětluje¹²⁶ Vrtal. Materiál s delší stopáží by naopak už byl rozvleklý a nebyl by pro diváky dostatečně zábavný. To rovněž vysvětluje, proč už v dnešních magazínech nejsou zastoupeny příspěvky z kategorie Technika, které vysvětlují fungování některých částí vozidel.

Na rozdíl od Garáže a dnešní Auto Moto Revue je v Autosalonu zastoupena také divácká soutěž. Na celkové stopáži má ale pramalý podíl, jednotky řazené do kategorie Divácká soutěž totiž zpravidla spadaly do kategorie 30–59 sekund. „*Je to jeden z obchodních produktů, které klientům nabízíme,*“ vysvětluje Vrtal¹²⁷ zastoupení divácké soutěže.

4.4.3 Garáž

Svým počtem převažují v pořadu Garáž jednotky řazené do kategorie Ostatní.¹²⁸ To souvisí s tím, že v tomto magazínu jsou užívány příspěvky uváděné ze studia, které

¹²³ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹²⁴ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹²⁵ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹²⁶ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

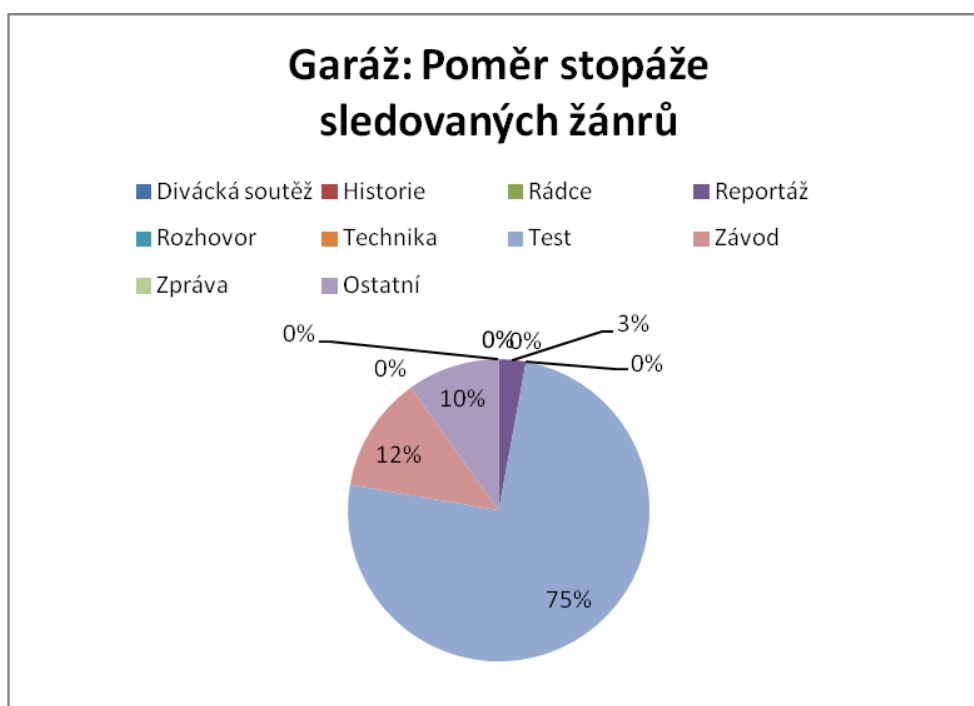
¹²⁷ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹²⁸ Vizte přílohu č. 9.

jednotlivé příspěvky uvádějí a logicky je rozdělují. Průvodní slovo moderátora je jeden ze základních znaků televizního magazínu, který se třeba ale v Autosalonu neobjevuje. Studio je v Garáži proměnlivé, pokaždé je jím nějaká specifická garáž, pokaždé však jiná, odkazující na hlavní téma dané epizody. V počtu dále následují testy a závody. Naopak materiály, charakterizované jako Rádce, Historie, Technika, Zpráva a Divácká soutěž se ve sledovaných epizodách neobjevily žádné.

Výsledky obsahové analýzy ukázaly, že naprostou většinu obsahu pořadu Garáž tvoří testy automobilů. Recenze vozů tvořily ve sledovaných dílech tři čtvrtiny jejich celkové stopáže, což je vůbec nejvyšší podíl ze všech sledovaných magazínů. Podíl na tom má fakt, že recenze automobilů jsou v Garáži vcelku rozsáhlé, všech pět jednotek zařazených do kategorie Test bylo delších než pět minut.

Příloha H: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném magazínu Garáž podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)



Tak vysoké zastoupení testů souvisí se zaměřením pořadu, který se profiluje jako magazín *od automobilových nadšenců pro automobilové nadšence*.¹²⁹ Takoví příjemci nechtějí informace o nových vozidlech nebo servisní rady, které si dokážou najít jiným

¹²⁹ iFaster.cz uvádí novou televizní show o autech Garáž. In: *Tiscali.media* [online]. 2014 [cit. 2015-0314]. Dostupné z: <http://www.tiscalimedia.cz/novinky/ifaster-cz-uvadi-novou-televizni-show-o-autech-garaz>.

způsobem, místo toho žádají recenze zajímavých aut, ke kterým se sami třeba nedostanou, nebo jiný, „nemainstreamový“ pohled na automobily.

Z toho důvodu jsou v Garáži testovány spíše neobyčejné vozy (např. historický Citroën 2CV nebo Renault Clio ve sportovní verzi), „obyčejné“ vozy jsou naopak testovány méně obvyklým způsobem – srovnávací test Mazdy 3, Peugeotu 308 a Seatu Leon v epizodě 5/2014 zahrnuje srovnání intuitivnosti ovládání (na základě ovládání vozu poslepu) nebo změření reálné hmotnosti vozidel. Takové testy ostatně tvůrci pořadu slíbili divákům: *Co v pořadu Garáž vlastně najdete? Netradiční srovnání současných automobilových novinek, kterým nedarujeme nic zadarmo.*¹³⁰

Na malé stanici, jako je Sport 5, je navíc nutné zaujmout inzerenty, přičemž právě recenze jsou pro inzerenty zajímavým materiálem pro prezentaci výrobku, jak tvrdí¹³¹ Radek Vrtal z konkurenčního Autosalonu. Delší stopáž jednotlivých recenzí se pak dá vysvětlit prohlášením tvůrců, že *moderní auta podrobí náročnému zkoumání a testování.*¹³²

Přestože se ve sledovaných epizodách neobjevily žádné materiály, charakterizované jako Rádce, Historie, Technika, Zpráva a Divácká soutěž, atributy některých těchto kategorií se ve vysílaných materiálech objevily, byť nepřevážily nad atributy jiných sledovaných žánrů. Tento styl vychází ze současného žánrového pojetí, v rámci kterého se jednotlivé žánry prolínají.

Prvky Historie ve zkoumané epizodě 5/2014 byly obsaženy v recenzi historického vozidla Citroën 2CV, která zahrnuje popis historie tohoto modelu. Atributy Rádce se zase objevují v závodě vysílaném ve stejné epizodě, v rámci kterého se moderátor Jakub Rejlek snažil projet vytyčenou trať, zatímco jej při řízení rozptylovala nějaká činnost (např. telefonování a zadání cílové pozice do navigačního systému). Tímto závodem chtěl pořad poukázat na to, jak tyto činnosti zásadním způsobem ovlivňují pozornost řidiče. Tvůrci relace ostatně lákali¹³³ na to, že obsahem pořadu budou i *vtipně natočené materiály o bezpečnosti.*

Přestože rozptylování by se mohlo jevit jako problém dnešní doby (způsobený soudobou technikou jako navigace nebo chytrý telefon), daný problém byl probírán již

¹³⁰ Garáž: Nová televizní show o autech!. In: *IFaster.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-04-13]. Dostupné z: <http://ifaster.cz/garaz-nova-automobilova-televizni-show-se-konecne-rozjizdi/>.

¹³¹ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹³² Garáž: Nová televizní show o autech!. In: *IFaster.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-04-13]. Dostupné z: <http://ifaster.cz/garaz-nova-automobilova-televizni-show-se-konecne-rozjizdi/>.

¹³³ Garáž: Nová televizní show o autech!. In: *IFaster.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-04-13]. Dostupné z: <http://ifaster.cz/garaz-nova-automobilova-televizni-show-se-konecne-rozjizdi/>.

v původní Auto Moto Revue. Součástí jedné z epizod vysílaných v roce 1984 byl test efektivit na krátkém (ale náročném) okruhu v centru Prahy. Pět řidičů v tomto testu hodnotili povolání odborníci. Řidiči ale byli v minulosti rozptylováni jiným způsobem, zatímco dnes je rozptyluje zadávání dat do navigačního systému nebo telefonní hovor, v roce 1984 autoři Auto Moto Revue upozorňovali na to, že někteří řidiči neustále kontrolují palubní desku nebo se ohlíží, zatímco začátečníci „hledají“ pedály nebo řadicí páku.¹³⁴

4.4.4 Původní Auto Moto Revue

Z hlediska počtu byly ve sledovaných epizodách původní Auto Moto Revue nejvíce zastoupeny jednotky z kategorií Reportáž a Zpráva. Ve sledovaných epizodách byly zprávy zastoupeny v osmi případech a reportáže v sedmi případech.¹³⁵ Co do délky měly největší zastoupení příspěvky dlouhé 60–299 sekund, polovina ze sledovaných jednotek byla zařazena do této kategorie.¹³⁶ Pouze dvě jednotky byly delší než 10 minut.¹³⁷ V prvním případě se jednalo o podrobnou reportáž o tělesně postižených řidičích, která tvořila jednu celou epizodu pořadu, v druhém případě se jednalo o materiál radící řidičům, jak si připravit svůj automobil před zimou. Zatímco jednotky zařazené do kategorií Rádce, Reportáž a Technika byly spíše delšího rázu, Zprávy byly krátké, naprostá většina zpráv měla stopáž do jedné minuty.

Výsledky obsahové analýzy ukázaly, že z hlediska poměru délky jednotlivých žánrů převažovaly v původní Auto Moto Revue reportáže, které tvořily 52 % celkové stopáže sledovaných epizod. Velký podíl na tomto výsledku měla monotematická epizoda 1979, která byla vlastně jednou dlouhou reportáží s tematikou hendikepovaných řidičů. Velký prostor byl dán také radám řidičům, které tvoří více než čtvrtinu stopáže sledovaných epizod. Naopak recenze automobilů ve srovnání s dnešními pořady nebyly v původní Auto Moto Revue důležité – tvořily jen čtyři procenta celkové stopáže sledovaných epizod.

V dobách svých počátků byla Auto Moto Revue především informačním a osvětovým pořadem. Především na osvětu řidičů byl kladen velký důraz, automobil tehdy ještě nebyl tak běžnou záležitostí jako dnes. To dokazuje například epizoda

¹³⁴ Auto-Moto Revue. *Československá televize*. 1984, roč. 21, č. 21, s. 6.

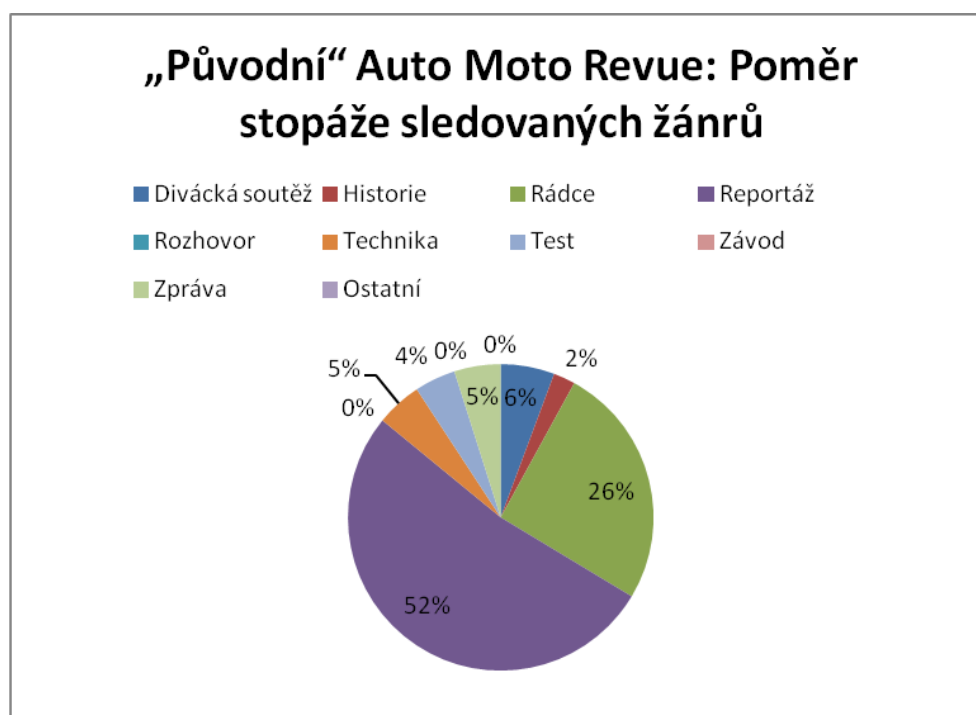
¹³⁵ Vizte přílohu č. 10.

¹³⁶ Vizte přílohu č. 20.

¹³⁷ Vizte přílohu č. 15.

15/1981, která upozornila na problémy mezi řidiči a chodci. Moderátor Vladimír Dolejš v této epizodě apeluje¹³⁸ spíše na chodce, aby také dodržovali pravidla silničního provozu, protože platí i pro ně. Důležitá nařízení pro chodce, jako kde přecházet a kdy má chodec přednost, jsou citována i z vyhlášky týkající se silniční dopravy. Takové informace jsou dnes v obecném podvědomí a v motoristických magazínech se již neobjevují.

Příloha CH: Zastoupení jednotlivých žánrů ve původní Auto Moto Revue podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)



Hojné zastoupení rad řidičům má několik vysvětlení. Osvěta diváků patřila mezi úkoly Československé televize, které definoval zákon 18/1964: *Československá televize svou činností založenou na politice Komunistické strany Československa provádí masově politickou a výchovnou práci.*¹³⁹ V červenci 1979 navíc kolegium ústředního ředitele Československé televize reagovalo na tehdejší usnesení vlády č. 250,¹⁴⁰ v němž bylo uloženo zvýšit všemi prostředky výchovné působení na občany státu v návaznosti

¹³⁸ DOLEJŠ, Vladimír. Reportáž o chodcích In: Auto Moto Revue, TV, ČST 1, 15. 4. 1981 17:55.

Dostupné prostřednictvím archivu Badatelny ČT.

¹³⁹ Česká republika. 18/1964. o Československé televizi. In: 1964. 1964. Dostupné z: <http://www.koncelik.eu/zakon-o-cst-18-1964/>

¹⁴⁰ HRUDKA, Eduard. *Působení PMIP v dopravně výchovné a bezpečnostní tematice : (se zaměřením na činnost Čs. televize)*. Praha. 1983. s. 64. Vedoucí práce Otto Brabec.

na bezpečnost silničního provozu, a usneslo se na zvýšené pozornosti k tématu bezpečnosti v dopravě ve vysílání televize. Auto Moto Revue už dokonce před tímto usnesením pořádala v roce 1972 akci Maturita za volantem, v níž si 50 zájemců (37 mužů a 13 žen) vyzkoušelo, jak si vedou v teoretickém testu s tematikou řízení a v praktických jízdách s automobilem. V tomto *experimentu nešlo ani tak o zjištění znalostí pravidel silničního provozu u vybraného vzorku osob, ale hlavně o získání správných návyků techniky jízdy*.¹⁴¹

Zastoupení rad řidičům a reportáží navíc vycházelo z tehdejšího diváckého zájmu. Z divácké ankety pořádané v roce 1977¹⁴² vyplynulo, že diváci mají největší zájem o dopravně bezpečnostní problematiku. Z přání diváků vyplynulo, že velká část příjemců žádá více materiálu o běžné údržbě vozidel, jednodušších opravách, práce servisů nebo technice jízdy. Právě takové informace jim dodávaly reportáže a rady řidičům.

Některá témata byla ale totožná jako dnes. V epizodě 2/1981 se řidiči dozvěděli, jak připravit svůj vůz před zimou nebo jak vyřešit některé specifické problémy během ježdění v zimě – např. jak si otevřít automobil se zamrzlým zámekem. V epizodě 7/1972 zase moderátor upozorňuje na fakt, že „*řidiči ještě dlouho po absolvování autoškoly dělají chyby a hlavně jsou nejistí a potřebují se vyjezdit*.“¹⁴³ Dnešní diskuze o zpřísnění řidičských zkoušek dokazuje, že tento problém trápí mladé řidiče i dnes.

Testy automobilů měly v původní Auto Moto Revue mnohem menší zastoupení než v dnešních televizních motoristických magazínech. Důvodem byla mnohem užší nabídka prodávaných vozů – dnes mohou zákazníci vybírat z mnohem pestřejší nabídky vozidel než před čtyřiceti lety. Dnešní podíl vysílaných testů by tak ani nebylo možné naplnit – na trh nepřicházelo tolik vozů, které by bylo možné otestovat. Automobil navíc patřil mezi nedostatkové zboží, na které se čekalo dlouhé čekací lhůty. V roce 1975 bylo v Československé socialistické republice evidováno 1 407 000¹⁴⁴ osobních a lehkých užitkových vozidel, zatímco k 31. prosinci 2014 bylo v České republice

¹⁴¹ HRUDKA, Eduard. *Působení PMIP v dopravně výchovné a bezpečnostní tematice : (se zaměřením na činnost Čs. televize)*. Praha. 1983. s. 46. Vedoucí práce Otto Brabec.

¹⁴² HRUDKA, Eduard. *Působení PMIP v dopravně výchovné a bezpečnostní tematice : (se zaměřením na činnost Čs. televize)*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 1983. s. 54. Vedoucí práce Otto Brabec.

¹⁴³ Reportáž: Maturita za volantem In: Auto Moto Revue, TV, ČST 1, 6. 4. 1972 18:30. Dostupné prostřednictvím archivu Badatelny ČT.

¹⁴⁴ HRUDKA, Eduard. *Působení PMIP v dopravně výchovné a bezpečnostní tematice : (se zaměřením na činnost Čs. televize)*. Praha. 1983. s. 8. Vedoucí práce Otto Brabec.

evidováno 4 893 562¹⁴⁵ osobních automobilů. I z toho důvodu diváci spíše potřebovali poradit s údržbou stávajícího auta – i to vysvětluje velký podíl tzv. rad řidičům a obecného zájmu příjemců o toto téma.

Recenze automobilů v dobách začátků Auto Moto Revue odrážely stav tehdejší doby. Nákup nového automobilu byl pro zákazníky velkou událostí, a proto potřebovali poradit s nákupem. „*Auto tenkrát bylo obrovská záležitost, když si někdo koupil auto, tak o tom přemýšlel deset let předtím a deset let potom,*“¹⁴⁶ říká jeden z bývalých moderátorů Auto Moto Revue Vladimír Dolejš. Právě s těmito radami pomáhal vedle např. časopisu Svět motorů právě pořad Auto Moto Revue. To ostatně přiznává automechanik Josef Hořák: „*S tatínkem jsme koukali na Auto Moto Revue, kdy tatínek chtěl koupit auto. Podle těch ukazatelů, které se daly vyhledat v tomto pořadu, jsme vyhledávali spolu, co si koupíme.*“¹⁴⁷

Z toho důvodu byly tehdejší testy ryze informačního charakteru, zatímco dnes do nich vstupují i prvky zábavy. V podrobné recenzi se případní majitelé dozvěděli také praktické záležitosti. Test vozidla VAZ 2101 Žiguli z epizody 7/1972 odpovídá i na takové otázky, jako je průměr otáčení vozu, spotřeba paliva v různých provozních podmínkách, velikost nádrže nebo nejčastější závady. Zatímco tyto údaje se v dnešních televizních magazínech spíše nedozvíme, informace o výkonu motoru nebo maximální rychlosti byly udávány jak v minulosti, tak dnes. Podrobnější recenze umožnila i delší doba testování, moderátor o vozidle tvrdí, že s ním během zimy ujel 5 000 kilometrů, zatímco ho testoval. Z vlastní zkušenosti vím, že dnešní vozy jsou většinou testovány v průběhu jednoho týdne, kdy recenzent takovou vzdálenost ujede jen málokdy. Bývalý dramaturg Auto Moto Revue Dušan Neumann pak vzpomíná,¹⁴⁸ že pořad měl větší rozpočet než dnešní magazíny tohoto typu. Díky tomu bylo možné tvořit jednotlivé materiály podrobněji a pečlivěji.

Ve srovnání s dnešními recenzemi byl analyzovaný test v původní Auto Moto Revue kratší, svojí délkou spadal do kategorie 60–299 sekund, byl ale nasycen informacemi. To dnešní testy nabízejí i delší obrazové záběry – z jízdy nebo z interiéru

¹⁴⁵ Složení vozového parku v ČR. 2015. *Sdružení automobilového průmyslu* [online]. [cit. 2015-05-11].

Dostupné z: <http://www.autosap.cz/zakladni-prehledy-a-udaje/slozeni-vozoveho-parku-v-cr/>

¹⁴⁶ DOLEJŠ, Vladimír. Auto Moto Revue. In: *Abeceda ČT. TV, ČT1*, 4. 1. 2013. 17:30. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>

¹⁴⁷ HOŘÁK, Josef. Auto Moto Revue. In: *Abeceda ČT. TV, ČT1*, 4. 1. 2013. 17:30. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>.

¹⁴⁸ NEUMANN, Dušan. Auto Moto Revue. In: *Abeceda ČT. TV, ČT1*, 4. 1. 2013. 17:30. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>

vozidla, které nebývají doplněny komentářem. Vedle zvukové složky tak kladou větší důraz i na obrazovou složku, která byla v případě původní Auto Moto Revue spíše ilustračního pojetí.

Více než dnes byly zastoupeny také zprávy, a to v rubrice nazvané Auto Moto Forum. Zprávy epizody 7/1972 informují mimo jiné o řidiči Ladislavu Loriánovi, který ujel již jeden milion kilometrů, o novinkách z tehdejšího autosalonu v Ženevě nebo o pokračující výstavbě testovacího polygonu automobilky Tatra. Dnes se zprávy až na výjimky v televizních motoristických magazínech neobjevují, jiné zdroje jsou totiž v tomto ohledu mnohem rychlejší – především webové motoristické servery. Podoba zpráv v původní Auto Moto Revue měla blízko tzv. skládačce. Jednalo se o krátké, jasně oddělené příspěvky, v nichž byl obraz podkreslen komentářem. Zprávy v Top Gearu a Autosalonu jsou jiného rázu. V Top Gearu jsou zprávy doplněné o komentář moderátorů, přičemž nejsou jasně oddělené, tj. prolíná se více zpráv do jednoho materiálu. V Autosalonu jsou zprávy podrobnější, což vyplývá z jejich delší stopáže.

Obsah původní Auto Moto Revue se ve srovnání s dnešním pořadem vysílaným se stejným jménem podstatně liší. Obsah dnešní Auto Moto Revue totiž z více než poloviny tvoří recenze automobilů. Důležitou část obsahu dnešní Auto Moto Revue tvoří také příspěvky řazené do kategorie Historie, které v původní Auto Moto Revue byly zastoupeny jen nepatrně – ve čtyřech procentech celkové stopáže. Z divácké ankety z roku 1977¹⁴⁹ přitom vyplynulo, že velká část diváků si přála větší zastoupení materiálů o automobilové historii. Důležitý obsah původní Auto Moto Revue – rady řidičům – jsou naopak v dnešním pořadu zastoupeny jen minimálně.

Důležité zastoupení měla také pravidelná soutěž, na kterou pravidelně lákal i televizní program. Během roku 1981 v ní diváci mohli vyhrát ceny od Vládního výboru pro bezpečnost silničního provozu (BESIP). Tehdejší soutěžní otázky se týkaly pravidel silničního provozu nebo obecně řízení. Dodnes zůstala divácká soutěž pouze v pořadu Autosalon. Profil otázek se ale liší, v Autosalonu pokládané soutěžní otázky se týkají nějaké informace související s materiálem v právě vysílané epizodě.

Podobně jako v dnešním Autosalonu byly v původní Auto Moto Revue hojně zastoupeny i materiály o motocyklech. Ve sledovaných epizodách byla zastoupena zpráva o inovovaném motocyklu Jawa 350. V pořadu dokonce vystupoval bývalý

¹⁴⁹ HRUDKA, Eduard. *Působení PMIP v dopravně výchovné a bezpečnostní tematice : (se zaměřením na činnost Čs. televize)*. Praha. 1983. s. 54. Vedoucí práce Otto Brabec.

motocyklový závodník František Šťastný, který uváděl své pravidelné motocyklové „okénko.“

Rozdílem původní Auto Moto Revue je také zastoupení materiálu popisujícího vybranou techniku spojenou s automobily, jmenovitě se v sledovaných epizodách jednalo o vysvětlení funkce posilovače brzd, jeho výhod i nevýhod. Popis techniky se v samostatném příspěvku v ostatních sledovaných magazínech neobjevil, maximálně byl součástí jiného materiálu (zprávy, recenze automobilu).

V původní Auto Moto Revue naopak nebyl zastoupen závod pořádaný samotnými tvůrci pořadu, což je materiál, který se v dnešních motoristických magazínech objevuje. V relaci se pouze objevovaly reportáže a zprávy o skutečných motoristických závodech, ve sledované epizodě 15/1984 se jmenovitě jednalo o reportáž z motokrosových závodů.

Zatímco pro dnešní motoristické pořady je bezesporu inspirací britská show Top Gear, v historickém Top Gearu se objevoval materiál, který patrně bral inspiraci z československé Auto Moto Revue. Jedná se o rubriku Rippon on the Road, v rámci níž moderátorka pořadu Angela Ripponová jezdila po Británii a popisovala dopravu v daném místě, počasí nebo jídlo. Podobný materiál byl součástí i původní Auto Moto Revue, byť nebyl tak personalizován jako v případě britského magazínu, ve sledované epizodě 7/1972 se objevila reportáž ze silnice E7 spojující Český Těšín a Olomouc. Reportáž upozornila, na co by si řidiči při jízdě po této silnici měli dávat pozor. Hlasatel také glosuje,¹⁵⁰ že motorest, kde se dobře vaří, řidič pozná podle toho, zde před ním stojí mnoho zaparkovaných aut.

4.4.5 Top Gear

Zastoupení jednotlivých žánrů je v pořadu Top Gear vcelku rovnoměrně rozloženo. Nejčastěji¹⁵¹ se ve sledovaných epizodách objevovaly testy (šest jednotek zařazených do této kategorie). Následovaly jednotky z kategorie Ostatní (čtyři jednotky), tj. materiály, které nespádají do jiných sledovaných žánrů. Rovnoměrné rozložení jednotlivých žánrů potvrzuje prohlášení tvůrců pořadu. Výkonný producent

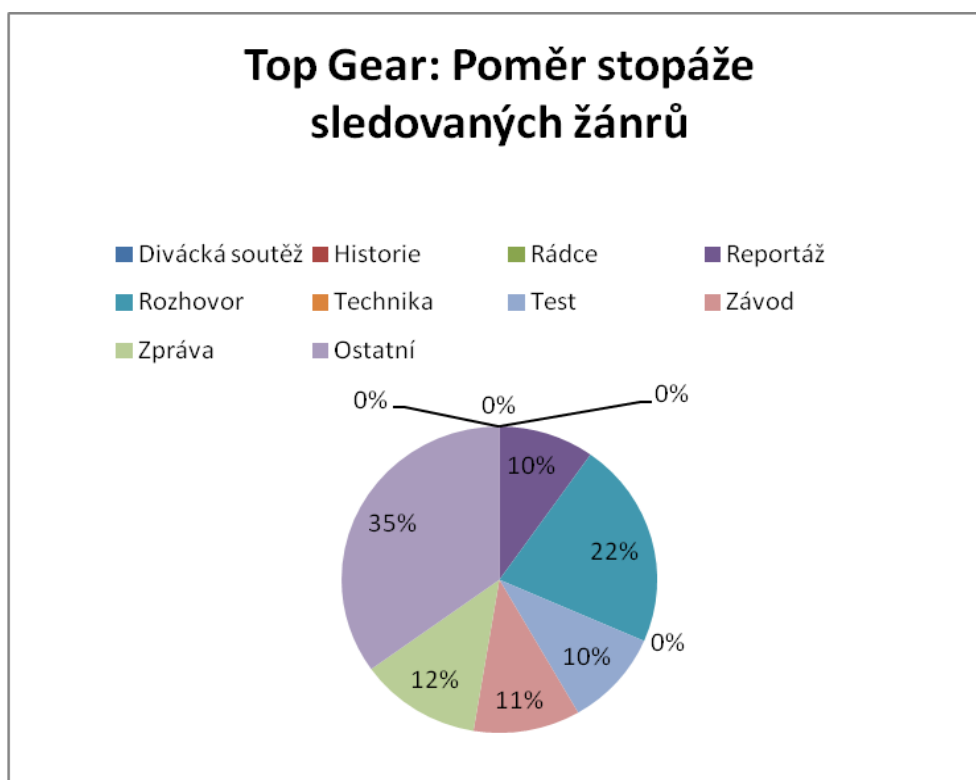
¹⁵⁰ Reportáž: Silnice E7 In: Auto Moto Revue, TV, ČST 1, 6. 4. 1972 18:30. Dostupné prostřednictvím archivu Badatelny ČT.

¹⁵¹ Vizte přílohu č. 11.

pořadu Andy Wilman¹⁵² tvrdí, že každá série musí zahrnovat nějaké hloupé „hovadiny“,“ sexy filmy (jako závody a další vizuálně zajímavé materiály) a sólo filmy, na nichž pracuje jen jeden z moderátorů (recenze aut, reportáže apod.). V podobném duchu píše i jeden z moderátorů Top Gearu Jeremy Clarkson:¹⁵³ *Top Gear je o rovnováze. Je o kombinaci superaut, normálních aut, velmi levných aut, šílených projektů, které nevyjdou, třech imbecilů, idiotských názorů, rozumných názorů, Richardových názorů, cestování, nádherných záběrů, výborné hudby a žertíků, které jsou občas vtipné. Snažíme se, aby v každé řadě bylo něco pro každého.*

Rovnoměrně je rozložena také délka jednotlivých příspěvků, které jsou obecně delší než v ostatních sledovaných pořadech.¹⁵⁴ Nejvíce jsou zastoupeny příspěvky delší 600 sekund (42 % sledovaných jednotek spadalo do této kategorie), zatímco žádná ze sledovaných jednotek nebyla kratší než 30 sekund.

Příloha I: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném pořadu Top Gear podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)



¹⁵² WILMAN, Andy. The secret life of Top Gear. In: *Daily Telegraph* [online]. 2011 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/8597628/The-secret-life-of-Top-Gear.html>.

¹⁵³ CLARKSON, Jeremy. Clarkson. *Top Gear*. 2015, roč. 9, č. 5, s. 10.

¹⁵⁴ Vizte přílohu č. 21.

Přestože svým počtem byly nejvíce zastoupeny testy, největší podíl na celkové stopáži měly ve sledovaných epizodách materiály řazené do kategorie Ostatní (35 %).

Výsledky potvrzují, že v případě Top Gearu je přesnější tuto relaci nazývat jako automobilovou show než jako motoristický magazín. To ostatně přiznává i Jeremy Clarkson, který v jednom ze svých sloupků napsal: *Měli bychom pojmut Top Gear jako zábavní show, ve které představíme nějaká ta auta, než jako automobilovou show, která není zas až tak nudná, jak se vaše žena a děti obávaly.*¹⁵⁵ Dnešní formát pořadu sází především na zábavu a infotainment než na přesná data a objektivní recenze automobilů plné informací. V Top Geru se objevují i takové žánry, které v ostatních sledovaných pořadech chybějí – rozhovory nebo reality show, přičemž oba žánry hrají v dnešním formátu Top Gearu důležitou roli.

Důvodem, proč o Top Gearu lze mluvit jako o automobilové show a ne jako o motoristické show, je ten že se tato relace až na výjimky věnuje výhradně automobilům. Jiné motorové prostředky než automobily se v Top Gearu objevují jen výjimečně, v případě sledovaných epizod to byla pouze obožřivelná čtyřkolka Gibbs Quadski. V minulosti se v pořadu objevily také nákladní vozy (např. v 6. epizodě 21. série) nebo motocykly (v 8. epizodě 12. série).

Rozhovory jsou součástí rubriky *Star in a reasonably priced car* (Celebrita v autě za rozumnou cenu), v níž Jeremy Clarkson pravidelně zpovídá známé celebrity, a to primárně v souvislosti s jejich zážitky s automobily. Rubrika je pojmenovaná na základě toho, že každá pozvaná celebrita musí zajet měřené kolo na testovací trati měřené kolo s „vozem za rozumnou cenu,“ kterým v roce 2014 byl Vauxhall Astra. *Nechcete vidět temperamentní a hlasité exotiky drahé půl milionu liber, jak je řídí celebrity. Co opravdu chcete vidět, je průměrně drahý kus automobilové přiměřenosti, která je špatně řízená okolo účelově navržené a celkem nekvalitní testovací trati,*¹⁵⁶ píší k této rubrice sami tvůrci pořadu. Tento žánr tvoří podstatnou část (22 %) celkové stopáže sledovaných epizod.

Reality show spolu s dalšími materiály řazenými do kategorie Ostatní tvoří 35 % stopáže sledovaných epizod Top Gearu. V případě sledovaných epizod si museli moderátoři vybrat automobil s tříválcovým motorem, kterým posléze projeli Ukrajinu. V průběhu trasy na ně čekala série několika úkolů zadaná producenty pořadu.

¹⁵⁵ CLARKSON, Jeremy. *Léta s Top Gear*. Praha: Argo, 2014. s. 264. ISBN 978-80-257-1099-9.

¹⁵⁶ Top Gear track guide. In: *Top Gear* [online]. 2010 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.topgear.com/uk/track-guide?LapType=Kia-Ceed>.

V průběhu plnění úkolů moderátoři rovněž hodnotili jimi vybrané vozy, reality show v podání Top Gearu měla i prvky reportáže, když moderátoři upozornili na místa, kterými projížděli.

Natočit takový materiál je ale v českém prostředí prakticky nemožné, a to kvůli mnohonásobně většímu rozpočtu Top Gearu. Každá epizoda údajně stojí 100 000 liber,¹⁵⁷ sám Andy Wilman ale tvrdí, že je to mnohem vyšší číslo. Rovněž říká¹⁵⁸, že plánovaný rozpočet se někdy podaří překročit o šestimístné číslo. Také produkční skupina tvořící Top Gear je výrazně větší než v českých podmínkách. Např. na Autosalonu se produkčně podílí pět až šest lidí.¹⁵⁹

Recenze automobilů jsou v dnešním Top Gearu zastoupeny již v menším rozsahu, přestože svým počtem byly zastoupeny nejvíce, ve sledovaných epizodách tvořily jen 10 % celkové stopáže. Jeremy Clarkson k tomu ve svém sloupku O čem by měl být Top Gear¹⁶⁰ napsal, že sice existují diváci žádající klasické testy automobilů, ve kterých je podrobně zkoumána každá matička a šroubek, mnohem větší masa lidí se ale chce nechat bavit. Z toho důvodu jim Top Gear nabízí spíše jiné materiály než tradiční recenze automobilů.

Pokud ale nebudeme mluvit o samostatném žánru, je hodnocení automobilů vlastně tou nejdůležitější součástí Top Gearu. Automobily jsou v Top Gearu hodnoceny nejen v samotných recenzích, ale také v závodech, reality show nebo zprávách. Testy automobilů v Top Gearu jsou obecně spíše zábavnějšího charakteru než informačního, což opět souvisí s laděním pořadu jako zábavní show. V duchu doby tedy využívají prvků infotainmentu, který klade důraz spíše na zábavu než na relevantní informace.

Součástí aktuálního formátu Top Gearu nadále zůstávají i zprávy, což v době internetu může překvapit – nebývají totiž tolik aktuální. Při tvorbě nového formátu Top Gearu producent Andy Wilman a Jeremy Clarkson napsali manifest toho, co bude nově laděný pořad obsahovat. Rubrika zpráv byla zavedena z toho důvodu, aby se moderátoři mohli *rychle vypořádat s důležitými, ale nudnými vozy*.¹⁶¹ Zpravodajství v duchu Top

¹⁵⁷ BARKHAM, Patrick. Top Gear: why we're mad about the boys. In: *The Guardian* [online]. 2009 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2009/nov/12/top-gear-bbc-jeremy-clarkson>.

¹⁵⁸ WILMAN, Andy. The secret life of Top Gear. In: *Daily Telegraph* [online]. 2011 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/8597628/The-secret-life-of-Top-Gear.html>.

¹⁵⁹ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma obsahu pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

¹⁶⁰ CLARKSON, Jeremy. *Léta s Top Gear*. Praha: Argo, 2014. s. 264. ISBN 978-80-257-1099-9.

¹⁶¹ BARKHAM, Patrick. Top Gear: why we're mad about the boys. In: *The Guardian* [online]. 2009 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2009/nov/12/top-gear-bbc-jeremy-clarkson>.

Gearu navíc zahrnuje i prvky publicistiky – moderátoři o novinkách nejen informují, ale také je komentují. Vedle zpráv o nových vozech jsou součástí zpravodajské sekce Top Gearu také motoristické zprávy, jako nové silniční vyhlášky a jiné novinky na britských silnicích. Rovněž tyto zprávy moderátoři pravidelně komentují a se svým pověstným vtipem upozorňují na některé nešvary na silnicích.

Ve dvou sledovaných epizodách nebyly zastoupeny materiály řazené do kategorií Rádce, Technika a Historie. Materiály s těmito prvky se ale v minulosti v Top Gearu objevily, byť ve svébytném pohledu moderátorů pořadu. Přímo ve sledované epizodě 3 série 21 moderátoři v rámci „reality show“ při jednom ze zadaných úkolů ukazují, jak zvýšit spotřebu paliva ve svém automobilu (snížením tlaku v pneumatikách, zvýšením hmotnosti pomocí nákladu). V rámci jedné z „reality show“ měli moderátoři v epizodě 4 série 7 (vysílané 4. prosince 2005) za úkol koupit si historický sportovní automobil za méně než 10 000 liber a pomocí série úkolů zjišťovali, zda je výhodné si takové auto pořídit. Na konci epizody Jeremy Clarkson divákům radí: *„Ano, můžete si koupit superauto z druhé ruky za méně než 10 000 liber, ale pro lásku boží to nedělejte.“*¹⁶² V epizodě 5 série 22 (vysílané 22. února 2015) zase moderátoři testují dvojici vozidel Peugeot z pohledu majitelů aut této značky, přičemž recenzi doplní o pohled do historie této francouzské automobilky. Popis techniky potom ve formátu zábavní show je příliš nudný na to, aby byl zastoupen v samostatném materiálu.

Ze sledovaných pořadů má Top Gear nejvyšší zastoupení příspěvků delších než 10 minut. Takové příspěvky měly ve sledovaných epizodách podíl 42 %. To souvisí se zastoupením reality show, která obecně mívá delší stopáž než třeba reportáž. Podíl má na tom i nejdelší stopáž z analyzovaných pořadů, která umožňuje udělat jednotlivé příspěvky delší. Jedna epizoda Top Gearu měří obvykle více než hodinu. Nejdelší z českých pořadů je Autosalon, jehož jedna epizoda má 50 minut.

Díky svému diváckému úspěchu je Top Gear velkou inspirací pro ostatní motoristické pořady, což se potvrdilo také u sledovaných magazínů – součástí všech byl prvek, který odkazoval na Top Gear. Vozidlo „Otloukánek“ v Auto Moto Revue, u kterého moderátoři testují, co všechno vydrží, odkazuje na test Toyoty Hilux v Top Gearu. Jeremy Clarkson se v epizodě 5 série 3 (vysílané 23. listopadu 2003) snažil dokázat, že tento pick-up japonské značky je nezníčitelný. Autem narážel do zdi

¹⁶² CLARKSON, Jeremy. Italské supersporty s motorem uloženým uprostřed za méně než 10 000 liber. In: *Top Gear*. TV, BBC 2, 4. 12. 2005, 21:00. Dostupný také z: <https://www.youtube.com/watch?v=DmEiJmMberQ>

nebo stromu, případně na něj svrhl karavan. V následující epizodě motor automobilu nastartoval i poté, co byl svržen k zemi spolu s demolovanou budovou. Srovnávací test stíhacího letounu JAS-39 Gripen, motocyklu Kawasaki Ninja a závodní Škody Fabia S2000 v akceleraci z epizody 18/2014 pořadu Autosalon zase odkazuje na srovnání Bugatti Veyron a stíhacího letounu Eurofighter Typhoon, který byl v Top Gearu vysílán v epizodě 3 série 10 (28. října 2007). Garáž se zase Top Gearem inspirovala u závodu Renaultu Clio RS a závodní Praga R1. Závod srovnávající rychlost závodního vozu se v Top Gearu objevil již na konci devadesátých let, když na okruhu Silverstone srovnal tři vozidla od Fordu – sériový Ford Cougar, závodní Ford Focus WRC a monopost formule 1 Stewart Ford SF3. V obou případech dostala sériová auta náskok, aby byl závod pro diváky zajímavější.

Top Gear byl rovněž průkopníkem soudobého obrazového pojetí televizního testu, jehož součástí jsou zpomalené záběry, záběry upravené speciálním filtrem nebo záběry natočené ze vzduchu (z helikoptéry apod.). Takové záběry se objevují ve všech dnešních televizních motoristických magazínech, které byly v této práci podrobeny obsahové analýze.

Přestože je Top Gear velkou inspirací pro ostatní motoristické magazíny, automobilová show podobného formátu jako Top Gear se v českém prostředí neobjevuje. Důvodem jsou jednak finance – natočení takové show je velice nákladné, na což je český trh příliš malý. Radek Vrtal z Autosalonu přidává¹⁶³ i další důvod: „*Samozřejmě by se dala vytvořit taková show. Problémem je to, že je tady Top Gear a všichni vás budou srovnávat. Český divák motoristických pořadů má Top Gear a má tendenci všechno, co voní v televizi benzínem, s ním srovnávat.*“

¹⁶³ VRTAL, Radek. Osobní rozhovor na téma Obsah pořadu Autosalon. Praha, 23. 4. 2015.

Shrnutí analýzy

Obsahová analýza zodpověděla na tři výzkumné otázky:

Jaké žánry jsou obsahem zkoumaných televizních motoristických magazínů?

Jak dlouhé jsou jednotlivé části zkoumaných pořadů?

Jaký podíl mají jednotlivé žánry na celkové stopáži pořadu?

Stanovená **výchozí hypotéza**, že ve vysílání sledovaných televizních motoristických magazínů budou nejvíce zastoupeny testy, které zároveň budou tvořit alespoň čtvrtinu jejich obsahu z hlediska podílu na stopáži, se **částečně potvrdila**.

V případě sledovaných magazínů **Autosalon, Garáž a soudobé Auto Moto Revue tvoří testy více než polovinu stopáže jejich obsahu**. Z toho důvodu můžeme tvrdit, že **recenze aut jsou pro dnešní televizní motoristické magazíny typickým obsahem**. Přestože testy mají největší podíl na celkové stopáži, svým počtem ze sledovaných žánrů nepřevažují. Nejvíce analyzovaných jednotek bylo zařazeno do kategorie Ostatní. Do této kategorie byly z velké části řazeny prostřihy a mezititulky, které sice byly hojně zastoupeny počtem, svojí stopáží ale byly spíše kratšího rázu.

Ve stopáži **původní Auto Moto Revue naopak byly nejvíce zastoupeny reportáže**. Na základě zjištěných dat vyplývá, že **obsah motoristických magazínů se v českém prostředí za několik desítek let jejich vysílání proměnil**. Vysvětlení můžeme hledat v tom, že **recenze automobilů jsou atraktivnější jak pro diváky, tak pro inzerenty**, kteří pomocí nich mohou snadno prezentovat svůj výrobek. To je důležité především pro komerční stanice, které na vysílání motoristického magazínu chtějí vydělat. Automobiloví výrobci ale aktuálně zvyšují zájem prezentovat svůj produkt i pomocí jiných způsobů, než je automobilová recenze. Z toho důvodu se obsah motoristických magazínů může v následujících letech opět proměnit. V době **normalizace navíc ani nebylo možné dosáhnout dnešního významného zastoupení testů** – automobil byl v té době nedostatkovým zbožím, také kupní síla obyvatel byla na nižší úrovni. Z toho důvodu byla divácká preference odlišná než dnes.

V britském **Top Gearu** jsou sice **testy nejvíce zastoupeny svým počtem**, z **hlediska stopáže ale převažují jednotky z kategorie Ostatní**. To vyplývá z toho, že Top Gear je v dnešní podobě spíše motoristickou zábavní show než typickým motoristickým magazínem. Z toho důvodu jejím hlavním cílem není informovat diváky

o automobilech, ale bavit. Proto se v jeho obsahu objevují i takové žánry jako talkshow nebo reality show. V následujících letech se ale obsah Top Gearu může změnit, BBC chystá proměnu jeho formátu.

Přestože se **Top Gear** jakožto zábavní motoristická show liší od českých motoristických magazínů, je pro české pořady o motorismu **velkou inspirací**. **České relace se nechaly inspirovat obrazovým** (zpomalenými záběry, záběry ze vzduchu) **i zábavním pojetím** (vtipná přirovnání a humorné komentáře). Zřetelnou parafrází jsou i některé materiály (ničení vozidla s přezdívkou „Otloukánek“ v Auto Moto Revue, závod stíhacího letounu, automobilu a motocyklu v Autosalonu nebo rychlostní srovnání osobního a závodního automobilu v Garáži), které se původně objevily právě v Top Gearu.

Z hlediska délky měly ve sledovaných pořadech **delší stopáž testy a reportáže**. Naopak jednotky řazené do **kategorie Ostatní měly spíše kratší stopáž** – z velké části byly dlouhé do jedné minuty. Výjimkou jsou v tomto ohledu materiály s prvky reality show, které byly zastoupeny v relacích Autosalon a Top Gear. Takové materiály byly naopak delšího rázu.

Závěr

Cílem diplomové práce nazvané *Analýza českých televizních motoristických magazínů* bylo blíže charakterizovat televizní formát nazývaný jako motoristický magazín a blíže popsat jeho historii v českém (a československém) prostředí.

V rámci obsahové analýzy jsem zkoumal obsah pěti sledovaných motoristických magazínů (dnešní Auto Moto Revue, historická Auto Moto Revue, Autosalon, Garáž a Top Gear), jejíž výsledky jsem posléze interpretoval na základě historických dokumentů a na základě rozhovoru s dlouholetým tvůrcem jednoho z analyzovaných televizních motoristických magazínů Radkem Vrtalem. Historie televizního formátu motoristický magazín byla zkoumána především na základě studia dobových materiálů.

Televizní motoristické magazíny mají v českém prostředí dlouholetou historii. Pořady Televize motoristům – stop, Motoristé na okamžik a Auto Moto Revue patří mezi vůbec nejstarší televizní motoristické magazíny na světě, přičemž první dva se vysílaly již v šedesátých letech.

Zatímco relace Televize motoristům – stop měla primárně osvětový charakter, zaměřovala se na rady řidičům, pořad Motoristé na okamžik už měl blízko dnešním motoristickým magazínům, když jeho součástí byly vedle rad řidičům též reportáže nebo recenze automobilů. Auto Moto Revue pak zůstává s krátkými přestávkami na obrazovkách České televize (dříve Československé televize) dodnes, tudíž má delší historii než celosvětově proslulý pořad Top Gear britské BBC.

Obsahová analýza stanovenou hypotézu potvrdila jen z části. Recenze automobilů sice v dnešních motoristických magazínech vysílaných českými stanicemi tvoří alespoň čtvrtinu jejich stopáže, svým počtem ale nepřevažují. Počtem převažují jednotky zařazené do kategorie Ostatní, kam spadaly především různé prostřihy a mezititulky.

Obsah českých motoristických televizních magazínů se v průběhu doby zásadním způsobem proměnil. Zatímco obsah dnešních sledovaných motoristických magazínů tvoří testy z více než poloviny, v původní Auto Moto Revue byl tento žánr zastoupen výrazně méně, tvořil jen desetinu stopáže sledovaných epizod. V obsahu tohoto pořadu naopak převažovaly reportáže. Výjimkou v tomto ohledu je rovněž britský Top Gear, ve kterém hrají důležitější roli zábavnější žánry jako rozhovory se známými osobnostmi nebo materiály s prvky reality show. Rozdíl souvisí s tím, že Top Gear v dnešní podobě není typickým motoristickým magazínem, ale motoristickou

zábavní show. Jelikož se obsah českých motoristických magazínů za několik desítek let výrazně proměnil, bylo by zajímavé sledovat tento trend také u zahraničních pořadů, např. právě u jmenovaného Top Gearu, který se vysílá od roku 1977.

Změnu obsahu lze vysvětlit tím, že recenze automobilů jsou atraktivnější jak pro diváky, tak pro inzerenty, kteří pomocí nich mohou v pořadu snadno prezentovat svůj produkt. To je důležité především pro komerční televize, kteří na motoristickém magazínu potřebují vydělat. V minulosti navíc v československém prostředí nebyla nabídka automobilů tak široká jako dnes, tudíž recenze automobilů ani nemohly být zastoupeny v hojnějším počtu. Také slabší kupní síla obyvatel znamenala, že diváky spíše zajímalo, jak udržet již koupený automobil v pojízdném stavu, než jak jezdit nový model. Jelikož nyní roste tendence inzerentů z řad automobilek prezentovat svůj produkt i jiným způsobem než testem, nabízí se otázka, zda se obsah motoristických magazínů v následujících letech opět nepromění.

Z obsahové analýzy též vyplynulo, že se dnes jednotlivé žánry více prolínají, a to ve větší míře než dříve. Motoristické magazíny v tomto ohledu sledují obecný trend v televizní tvorbě, kdy jednotlivé žánry nejsou jasně odděleny, ale používají atributy více žánrů.

Na základě provedené analýzy zkoumaných pořadů lze prohlásit, že televizní motoristický magazín je pravidelně vysílaná monotematická relace šířená primárně pomocí televizního signálu, jejíž hlavním tématem je motorismus. V dnešním pojetí v jejím obsahu převažují recenze automobilů. Ty informují o recenzovaných vozidlech a v dnešní podobě v duchu trendu infotainmentu zahrnují též prvky zábavy. Vedle motoristického magazínu existuje také motoristická zábavní show, jejímž typickým představitelem je britský Top Gear. Rozdílem mezi motoristickým magazínem a motoristickou show je v tom, že show klade především důraz na zábavu. Z toho důvodu jsou v ní výrazně zahrnuty zábavní žánry (závody, reality show, talkshow). Naopak magazín nadále primárně poskytuje informace.

Televizní motoristické magazíny jsou natolik širokým tématem, že nabízí další možnosti výzkumu. Budoucí výzkumy mohou např. sledovat roli ženského pohledu – mezi moderátory pořady mnohdy nechybí ani zástupkyně opačného pohlaví (Michaela Maňovská v Auto Moto Revue nebo Vicki Butler-Hendersonová ve Fifth Gearu). Zajímavým fenoménem posledních let jsou pak motoristické magazíny šířené prostřednictvím internetu (v českém prostředí např. Meziplyn Jana Koubka na Stream.cz), což je téma, které rovněž stojí za bližší výzkum. Úspěch americké

internetové videopůjčovny Netflix, která vedle streamování filmů nebo seriálů produkuje i vlastní pořady, naznačuje, že by se nabídka internetových televizí mohla v budoucnu rozšířit, čímž by se mohly stát zajímavým kanálem pro distribuci motoristických magazínů.

Summary

The aim of this thesis entitled *Analysis of Czech television automotive magazines* was to characterize the television format called motoring magazine and to describe in detail its history in the Czech (and Czechoslovak) environment.

Through the use of the content analysis, I examined the content of five researched motoring magazines (today's Auto Moto Revue, historic Auto Moto Revue, Autosalon, Garáž and Top Gear). Results of the content analysis were afterwards explained by analysis of historical documents and by the interview with Radek Vrtal, longtime author of the TV motoring magazine. The history of television format motoring magazine was primarily investigated by the analysis of period materials.

Television motoring magazines have a long history in the Czech Republic. Magazines *Televize motoristům – stop*, *Motoristé na okamžik* and *Auto Moto Revue* are among the oldest television motoring magazines in the world, the first two were broadcasted in the sixties, the third one in the seventies.

Televize motoristům – stop had an educational character, while *Motoristé na okamžik* had content similar to today's motoring magazines, it already contained driver's advices, car reviews or reports. *Auto Moto Revue* has been broadcasted (with short breaks) until today, so its history is longer than the history of world-famous motoring show *Top Gear* broadcasted by BBC.

Content analysis confirmed the hypothesis only in part. At least a quarter of footage of today's Czech analyzed motoring magazines really consists of car reviews, but number of the car reviews does not prevail. Also, the content of the Czech television motoring magazines has changed over the time. While the car reviews makes more than a half of the footage of today's analyzed magazines, this genre was represented significantly less in the original *Auto Moto Revue*, it made only a tenth of the footage in the analyzed episodes. Also *Top Gear* is an exception, the entertaining genres (as reality show and talk show) dominates in its footage. The difference relates to the fact that *Top Gear* is not a typical motoring magazine in current form, but entertaining motoring show instead.

The significant change of content could be explained by the fact that car reviews are attractive to both viewers and advertisers who can easily present their product by its review. This is especially important for commercial broadcasters, which have to profit on the motoring magazine. Moreover, the offer of the new cars in the Czechoslovakia

was not as wide as in the today's Czech Republic. The content of the television motoring magazines could change in the near future because advertisers have tendency to present their product in different way than in car review.

The content analysis also showed that genres overlap in these days. Motoring magazines in this regard follow the general trend in television production, where various genres are not clearly separated, but use the attributes of multiple genres.

The aim of the thesis was to characterize the television format called motoring magazine. Based on the analysis is possible to declare that television motoring magazine is regularly broadcasted monothematic session, primary distributed by the television, whose main theme is motoring. Car reviews prevail in the content of today's motoring magazines. Besides motoring magazine exists also a motoring entertainment show. Typical representative of this format is Top Gear. The difference between a motoring magazine and motoring show is that show emphasizes entertainment. For this reason, it includes much entertainment genres (for example racing, reality shows and talk shows). On the contrary, the motoring magazine continues to primarily provide information.

Television format motoring magazine is a broad topic which offers additional possibilities for research. Future analyses could research the role of the female viewpoint or the motoring magazines distributed via the Internet which are the interesting phenomenon of recent years. The success of the American internet video store Netflix, which in addition to streaming films or series produces its own shows, suggests that this kind of Internet television could expand in the future.

Použitá literatura

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 439 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-802-4730-288.

BUCKLAND, Damien. *Collection Editions: Top Gear*. Seattle: CreateSpace, 2014. 360 s. ISBN 978-1500149963.

BUREŠ, David. *Rozdíly mezi českými tištěnými a internetovými automobilovými médii (na základě časopisu Svět motorů a serveru Auto.cz)*. Praha, 2013. 89 s. Bakalářská práce (Bc) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Ing. Miloš Čermák.

CLARKSON, Jeremy. *Léta s Top Gear*. Praha: Argo, 2014. 357 s. ISBN 978-80-257-1099-9.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.

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.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

HRUDKA, Eduard. *Působení PMIP v dopravně výchovné a bezpečnostní tematice : (se zaměřením na činnost Čs. televize)*. Praha, 1983. Diplomová práce, Univerzita Karlova, Fakulta žurnalistiky, Katedra televizní a filmové žurnalistiky. Vedoucí práce PhDr. Otto Brabec, CSc.

KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, 461 s. ISBN 80-246-0632-1.

KROON, Richard. *A/V a to Z: An Encyclopedic Dictionary of Media, Entertainment and Other Audiovisual Terms*. 2. vyd. Jefferson: McFarland, 2014, 772 s. ISBN 978-07-86495-56-6.

MILLER, Toby, John TULLOCH a Glen CREEBER. *The television genre book*. London: British Film Institute, 2001, xi, 163 s. ISBN 0-85170-850-1.

MOTAL, Jan. *Nové trendy v médiích II: Rozhlas a televize*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012, 223 s. ISBN 978-802-1058-392.

ORLEBAR, Jeremy. *O televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze. 2012. 213 s. ISBN 978-80-7331-246-6.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, 263 s. ISBN 978-807-2772-667.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

SCHULZ, Winfried, Lutz M HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena

REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*[online]. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010, 368 s. ISBN 978-808-9447-169.

TUŠER, Andrej a Mária FOLLRICHOVÁ. *Teória a prax novinárskych žánrov*. 2. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského, 2001, 106 s. ISBN 80-223-1555-9.

VERNER, Pavel. *Zpravodajství a publicistika*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2007, 104 s. ISBN 978-80-86723-37-2.

ZÁRUBA, Robert. *Svědectví o historii Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu Československé televize Praha*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 1989. Vedoucí práce Miroslav Hladký.

Další prameny

50 let televize. 2003. ŠMÍD, Milan. *Louč.cz* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://www.louc.cz/03/950310.html>

Auto Moto Revue. In: *Abeceda ČT. TV, ČT1*, 4. 1. 2013. 17:30. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>

Auto-Moto Revue. *Československá televize*. 1984, roč. 21, č. 21, s. 6.

Auto Moto Revue: O pořadu. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7552-o-poradu/>.

Auto-Moto Revue. *Československá televize*. 1984, roč. 20, č. 8, s. 7.

Auto Moto Styl: nový pořad o autech a lidech. In: *Auto.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.auto.cz/auto-moto-styl-novy-porad-o-autech-a-lidech-8651>.

SEMOVÁ, Gabriela <Gabriela.Semova@iprima.cz>. Autosalon – odpověď. [elektronická zpráva] Bureš, David <buressd@gmail.com>. 2015-04-03 16:11 [cit. 2015-04-03].

SMITH, David. Britain's favourite schoolboy jokers. In: *The Guardian* [online]. 2011 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/media/2007/jan/21/broadcasting.bbc>.

MIKYSKA, Karel. Byla toho plná náruč. *Československá televize*. 1978. roč. 14. č. 53. s. 11.

CLARKSON, Jeremy. Clarkson. *Top Gear*. 2015, roč. 9, č. 5, s. 10.

Česká republika. 483/1991 Sb., o České televizi. In: *1991*. 1991. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf>.

Česká republika. 18/1964. o Československé televizi. In: *1964*. 1964. Dostupné z: <http://www.koncelik.eu/zakon-o-cst-18-1964/>

Česká republika. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: *2001*. 2001. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-provozovani-rozhlasoveho-a-televizniho-vysilani.pdf>

DVOŘÁK, František. Česká televize chystá pořad o autech, inspiruje se slavným Top Gearem Zdroj: http://auto.idnes.cz/auto-moto-revue-0ib-/automoto.aspx?c=A140219_145645_automoto_fdv. In: *iDnes.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: http://auto.idnes.cz/auto-moto-revue-0ib-/automoto.aspx?c=A140219_145645_automoto_fdv.

Daypart. In: *MediaGuru* [online]. 2013 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/daypart/>.

KOČIŠEK, Lukáš. Do STV sa vracia Motormagazín, ktorý Rybníček zrušil pre nevýhodnosť. In: *Mediálne.trend.sk* [online]. 2007 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z: <http://medialne.trend.sk/televizia/dostv-sa-vracia-motormagazin-ktory-rybnicek-zrusil-pre-nevyhodnost.html>.

Garáž: Nová televizní show o autech!. In: *IFaster.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-04-13]. Dostupné z: <http://ifaster.cz/garaz-nova-automobilova-televizni-show-se-konecne-rozjizdi/>.

Historie Auto Moto Revue. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>.

ŠMÍD, Milan. Historie televize v ČR - 1. In: *Louč.cz* [online]. 2001 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.louc.cz/pril01/p33his1.html>.

ŠMÍD, Milan. Historie televize v ČR - 2. In: *Louč.cz* [online]. 2001 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.louc.cz/pril01/p34his2.html>.

Hlavní vysílací čas. *MediaGuru* [online]. 2011 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/hlavni-vysilaci-cas/>.

iFaster.cz uvádí novou televizní show o autech Garáž. In: *Tiscali.media* [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.tiscalimedia.cz/novinky/ifaster-cz-uvadi-novou-televizni-show-o-autech-garaz>.

LUPAČ, Petr, Alena CHROBÁKOVÁ a Jan SLÁDEK. Internet v České republice 2014. *World Internet Project* [online]. 2014, s. 34 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: http://www.worldinternetproject.net/_files/_/193_report_wip_czr2014_v1.pdf.

Italské supersporty s motorem uloženým uprostřed za méně než 10 000 liber. In: *Top Gear*. TV, BBC 2, 4. 12. 2005, 21:00. Dostupný také z: <https://www.youtube.com/watch?v=DmEiJmMBerQ>

POISL. Jak funguje analogové a digitální vysílání. In: *DigiZone* [online]. 2006 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/jak-funguje-analogove-a-digitalni-vysilani/>.

Konec federální televize. In: *Česká televize* [online]. 2002 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz:8099/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/konec-federalni-televize/>.

Luboš Pecháček. In: *FDB.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-03-29]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/36537-lubos-pechacek.html>.

Meziplýn. In: *Stream* [online]. 2013 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/meziplyn>.

Mo-Do-Rok 1970. *Československá televize*. 1970, roč. 6, č. 1, s. 7.

GOLD, Michael. Motoring na TA3 dostáva väčší priestor. In: *Masmedialne.info* [online]. 2014 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z: <http://www.masmedialne.info/motoring-na-ta3-dostava-vacsi-priestor/>.

Motorists for a minute 1968. In: *EUscreen* [online]. 2009 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://www.euscreen.eu/play.jsp?id=EUS_3D5B395F12A64E94B4904F2C4B8A292D.

Motorists for a minute 1968. In: *EUscreen* [online]. 2009 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://www.europeana.eu/portal/record/09213/EUS_877627AEA3274D9A9DDB989AD0B915FB.html.

Motorists for a while 1968. In: *EUscreen* [online]. 2009 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: http://euscreen.eu/item.html?id=EUS_161257904B734F8B8D9D0FB645981710.

BROŽA, Petr. Na obrazovku ČT se po letech vrací Auto Moto Revue. In: *AutoRevue.cz* [online]. 2004 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z: http://www.autorevue.cz/na-obrazovku-ct-se-po-letech-vraci-auto-moto-revue_2#utm_medium=selfpromo&utm_source=autorevue&utm_campaign=copylink.

Noc v archíve. In: *YouTube.com* [online]. 2010 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=epMUZbL5IQw>.

Novinářská anketa. In: *Auto roku v České republice* [online]. 2014 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: <http://www.autoroku.cz/anketa/novinarska#porota>.

O televizi Sport 5. 2014. *Sport 5* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://sport5.cz/o-televizi/>

Off-time. In: *MediaGuru* [online]. 2013 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/off-time/>.

Prime-time. In: *MediaGuru* [online]. 2013 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/prime-time/>.

Rozhlasové a televizní vysílání v ČR. In: *Ministerstvo kultury* [online]. 2010 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=357>.

Series 21 (2014). In: *TopGear.com* [online]. 2014 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.topgear.com/uk/tv-show/series-21>.

Složení vozového parku v ČR. 2015. *Sdružení automobilového průmyslu* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://www.autosap.cz/zakladni-prehledy-a-udaje/slozeni-vozoveho-parku-v-cr/>

KÁLAL, Jan. Stručná historie digitalizace v České republice. In: *DigiZone* [online]. 2007 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/strucna-historie-digitalizace-v-ceske-republice/>.

KERNOVÁ, Mirka. STV preberá od JOJ motoristickú reláciu. Za jej vysielanie dostane neznáme peniaze. In: *Mediálne.trend.sk* [online]. 2010 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z: <http://medialne.trend.sk/televizia/stv-prebera-od-joj-motoristicku-relaciju-za-jej-vysielanie-dostane-nezname-peniaze.html>.

POTŮČEK, Jan. Televize Public zdržuje vyplacení faktur. Někrahujeme, ohrazuje se. In: *DigiZone.cz* [online]. 2010 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/public-zdrzuje-vyplaceni-faktur-nekrachujeme/>.

Televize veřejné služby v zahraničí. In: *Česká televize* [online]. 2001 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/publikace-ct/pdf/TVZ.pdf>

Televizní program. *Československá televize*. 1966, roč. 2, č. 26, s. 5.

Televizní program. *Československá televize*. 1966, roč. 2, č. 34, s. 5.

Televizní program. *Československá televize*. 1969, roč. 5, č. 6, s. 8.

Televizní program. *Československá televize*. 1969, roč. 5, č. 13, s. 8.

Televizní program. *Československá televize*. 1970, roč. 6, č. 1, s. 8.

Televizní program. *Československá televize*. 1970, roč. 6, č. 5, s. 8.

ONDRÁŠÍK, Radek. Televizní spoty STOP od BESIPu jsou konečně k dispozici i na webu. In: *AutoRevue* [online]. 2006 [cit. 2015-04-15]. Dostupné z: http://www.autorevue.cz/televizni-spoty-stop-od-besipu-jsou-konecne-k-dispozici-i-na-webu_2.

PARKINSON, Justin. The Jeremy Clarkson story. In: *BBC News Magazine* [online]. 2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/magazine-31907458>.

The Secret Behind the Hit TV Car Show "Top Gear". In: *CBS News* [online]. 2010 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.cbsnews.com/news/the-secret-behind-the-hit-tv-car-show-top-gear-21-10-2010/>.

WILMAN, Andy. The secret life of Top Gear. In: *Daily Telegraph* [online]. 2011 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/8597628/The-secret-life-of-Top-Gear.html>.

MCCOWEN, David. The secrets of Top Gear revealed. In: *Drive* [online]. 2015 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.drive.com.au/motor-news/the-secrets-of-top-gear-revealed-20150227-13qxy1.html>.

Top Gear drives its way into into Guinness World Records 2013 edition. In: *Guinness World Records* [online]. 2012 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.guinnessworldrecords.com/news/2012/9/top-gear-drives-its-way-into-into-guinness-world-records-2013-edition-44693/>.

Top Gear France : dans les coulisses du tournage. In: *AutoNews.fr* [online]. 2015 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.autonews.fr/dossiers/votre-quotidien/185807-185807-top-gear-france-tournage-exclu/>.

Top Gear goes Russia. In: *TopGear.com* [online]. 2008 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.topgear.com/uk/car-news/top-gear-russia>.

Top Gear: How it all began. 1977. In: *YouTube.com* [online]. 2011 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <https://youtu.be/bCLCmOIJLto>.

Topgear.com: reach and audience. In: *BBC Advertising* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://advertising.bbcworldwide.com/home/mediakit/reachaudience/topgear>.

Top Gear track guide. In: *Top Gear* [online]. 2010 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.topgear.com/uk/track-guide?LapType=Kia-Ceed>.

Top Gear: Trivia. In: *TV.com* [online]. 2014 [cit. 2015-04-15]. Dostupné z: <http://www.tv.com/shows/top-gear/trivia/>.

BARKHAM, Patrick. Top Gear: why we're mad about the boys. In: *The Guardian* [online]. 2009 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2009/nov/12/top-gear-bbc-jeremy-clarkson>.

AUST, Ondřej. TV Barrandov rozšíří Animáček a zrecykluje Inženýrskou odyseu, Chobotnici či Fantomase. In: *Médiář* [online]. 2011 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/tv-barrandov-rozsiri-animacek-a-zrecykluje-inzenyrskou-odyseu-chobotnici-ci-fantomase/>.

Výběr důležitých událostí z historie Novy. In: *BBC Czech* [online]. 2003 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: http://www.bbc.co.uk/czech/specials/1811_nova_10years/page4.shtml.

Výhody a nevýhody digitální televize. In: *Česká televize* [online]. 2008 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/technika/digitalni-vysilani-dvb-obecne/vyhody-a-nevyhody-digitalni-televize/>

Vylepšený Autosalon se přesouvá na Prima Cool. In: *MediaMania* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/vylepseny-autosalon-se-presouva-na-prima-cool_309049.html.

Materiály použité v obsahové analýze

Auto Moto Revue 7/1972. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČTS 1, 6. 4. 1972, XX_XX. Dostupný prostřednictvím digitálního archivu České televize.

Auto Moto Revue 7/1972. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČTS 1, 21. 8. 1979, XX_XX. Dostupné prostřednictvím digitálního archivu České televize.

Auto Moto Revue 2/1981. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČTS 1, 14. 1. 1981, XX_XX. Dostupné prostřednictvím digitálního archivu České televize.

Auto Moto Revue 15/1981. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČTS 1, 15. 4. 1981, XX_XX. Dostupné prostřednictvím digitálního archivu České televize.

Auto Moto Revue 3/2014. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČT 2, 15. 3. 2014, 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/213562220500003-co-schytalo-auto-otloukanek-na-horach/video/>.

Auto Moto Revue 5/2014. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČT 2, 29. 3. 2014, 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/214562220500001-je-to-male-je-to-hezke-miniauta/video/>.

Auto Moto Revue 10/2014. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČT 2, 3. 5. 2014, 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/214562220500006-favous-stodvaca-a-embaso-socialisticka-auta/video/>.

Auto Moto Revue 12/2014. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČT 2, 17. 5. 2014, 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/214562220500008-kupujeme-z-druheruky-v-autobazaru/video/>.

Auto Moto Revue 17/2014. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČT 2, 21. 6. 2014, 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/214562220500013-jezdi-v-nich-filmove-hvezdy-na-platnech-kin-i-obrazovkach-filmova-auta/video/>.

Auto Moto Revue 21/2014. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČT 2, 20. 9. 2014, 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/214562220500017-zkontrolujeme-opravu-dalnice-d1-svezeme-se-broukem-a-otestujeme-porsche-macan/video/>.

Auto Moto Revue 32/2014. In: *Auto Moto Revue*. TV, ČT 2, 6. 12. 2014, 18:15. Dostupný také z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/214562220500028-pomoci-podivnych-aut-nissan-juke-a-ssang-yong-actyon-zkusime-sbalit-a-zabalit-a-zazimujeme-motorku/video/>.

Autosalon 5/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima, 1. 2. 2014, 8:20. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-5>.

Autosalon 12/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima, 22. 3. 2014, 8:20. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/video/autosalon-2014-12>.

Autosalon 18/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima, 4. 5. 2014, 8:15. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-18>.

Autosalon 23/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima, 7. 6. 2014, 8:50. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-23>.

Autosalon 31/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima Cool, 31. 7. 2014, 20:15. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-31>.

Autosalon 38/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima Cool, 18. 9. 2014, 20:15. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-38>.

Autosalon 41/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima Cool, 9. 10. 2014, 20:15. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-41>.

Autosalon 43/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima Cool, 23. 10. 2014, 20:15. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-43>.

Autosalon 51/2014. In: *Autosalon*. TV, Prima Cool, 18. 12. 2014, 20:15. Dostupné také z: <http://autosalon.iprima.cz/autosalon-2014-51>.

Garáž 5/2014. In: *Garáž*. TV, Sport 5, 16. 5. 2014, 20:00. Dostupné také z: <http://sport5.cz/detail/garaz-443/?aso=-1&page=1>.

Garáž 10/2014. In: *Garáž*. TV, Sport 5, 25. 7. 2014, 20:00. Dostupné také z: <http://sport5.cz/detail/garaz-490/?aso=-3&page=1>.

Série 21, epizoda 2. In: *Top Gear*. TV, BBC 2, 9. 2. 2014, 21:00. Zdroj: Soukromý archiv autora.

Série 21, epizoda 3. In: *Top Gear*. TV, BBC 2, 16. 2. 2014, 21:00. Zdroj: Soukromý archiv autora.

Seznam příloh

Příloha A: Srovnání televizních motoristických magazínů vysílaných v českém prostředí v roce 2014 (tabulka)

Příloha B: Zkoumané epizody sledovaných magazínů v obsahové analýze (tabulka)

Příloha C: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaných magazínech podle jejich počtu (tabulka)

Příloha D: Zastoupení jednotlivých materiálů ve sledovaných magazínech podle jejich stopáže (tabulka)

Příloha E: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaných magazínech podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (tabulka)

Příloha F: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném magazínu Auto Moto Revue podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)

Příloha G: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném magazínu Autosalon podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)

Příloha H: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném magazínu Garáž podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)

Příloha CH: Zastoupení jednotlivých žánrů ve původní Auto Moto Revue podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)

Příloha I: Zastoupení jednotlivých žánrů ve sledovaném pořadu Top Gear podle jejich podílu na celkové stopáži pořadu (graf)

Příloha č. 1: Záběr ze znělky pořadu Auto Moto Revue z roku 1971 (fotografie)

Příloha č. 2: Záběr z natáčení pořadu Autosalon (fotografie)

Příloha č. 3: Záběr z natáčení pořadu Garáž (fotografie)

Příloha č. 4: Moderátoři pořadu BBC z roku 1992 (fotografie)

Příloha č. 5: Moderátoři pořadu Top Gear v dobách jeho největší slávy (fotografie)

Příloha č. 6: Zastoupení jednotlivých žánrů v nové Auto Moto Revue (graf)

Příloha č. 7: Zastoupení jednotlivých žánrů v pořadu Autosalon (graf)

Příloha č. 8: Zastoupení jednotlivých žánrů v pořadu Garáž (graf)

Příloha č. 9: Zastoupení jednotlivých žánrů v původní Auto Moto Revue (graf)

Příloha č. 10: Zastoupení jednotlivých žánrů v pořadu Top Gear (graf)

Příloha č. 11: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v dnešní Auto Moto Revue (tabulka)

Příloha č. 12: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v pořadu Autosalon (tabulka)

Příloha č. 13: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v pořadu Garáž (tabulka)

Příloha č. 14: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v původní Auto Moto Revue (tabulka)

Příloha č. 15: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Auto Moto Revue (graf)

Příloha č. 16: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Autosalon (graf)

Příloha č. 17: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Garáž (graf)

Příloha č. 18: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v původní Auto Moto Revue (graf)

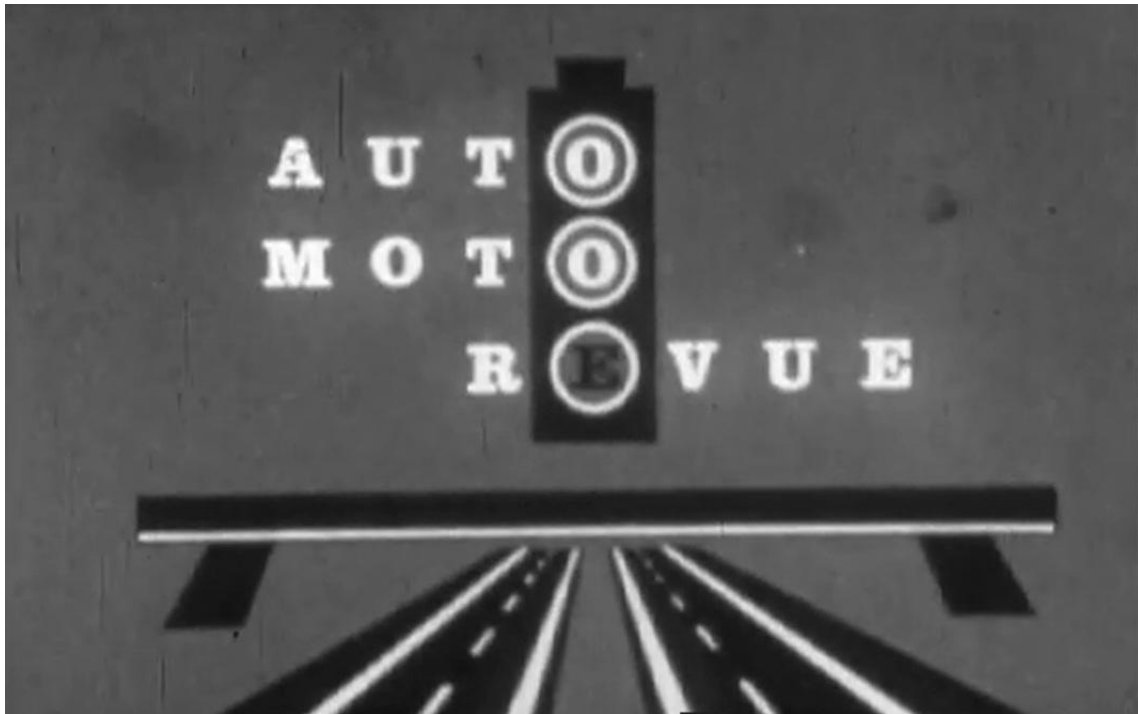
Příloha č. 19: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Top Gear (graf)

Příloha č. 20: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v původní Auto Moto Revue (graf)

Příloha č. 21: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Top Gear (graf)

Přílohy

Příloha č. 1: Záběr ze znělky pořadu Auto Moto Revue z roku 1971 (fotografie)



Zdroj: Historie Auto Moto Revue. In: *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1170433294-auto-moto-revue/7574-historie-amr/>.

Příloha č. 2: Záběr z natáčení pořadu Autosalon, u auta jeden z moderátorů pořadu Josef Vrtal (fotografie)



Zdroj: Archiv TV Prima

Příloha č. 3: Záběr z natáčení pořadu Garáž, před autem jeden z moderátorů pořadu Rastislav Chvála (fotografie)



Zdroj: CHVÁLA, Rastislav. Pripravujeme Garáž, osem dielov relácie o autách a jazdení.

In: *Auto.SME.sk* [online]. 2014 [cit. 2015-04-08]. Dostupné z:

<http://auto.sme.sk/c/7184809/pripravujeme-garaz-osem-dielov-relacie-o-autach-a-jazdeni.html>.

Příloha č. 4: Moderátoři pořadu BBC z roku 1992: Jeremy Clarkson je třetí zprava (fotografie)



Zdroj: PARKINSON, Justin. The Jeremy Clarkson story. In: *BBC News Magazine* [online]. 2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z:<http://www.bbc.com/news/magazine-31907458>.

Příloha č. 5: Moderátoři pořadu Top Gear v dobách jeho největší slávy: James May, Jeremy Clarkson a Richard Hammond (zleva), v popředí tajemný jezdec The Stig (fotografie)



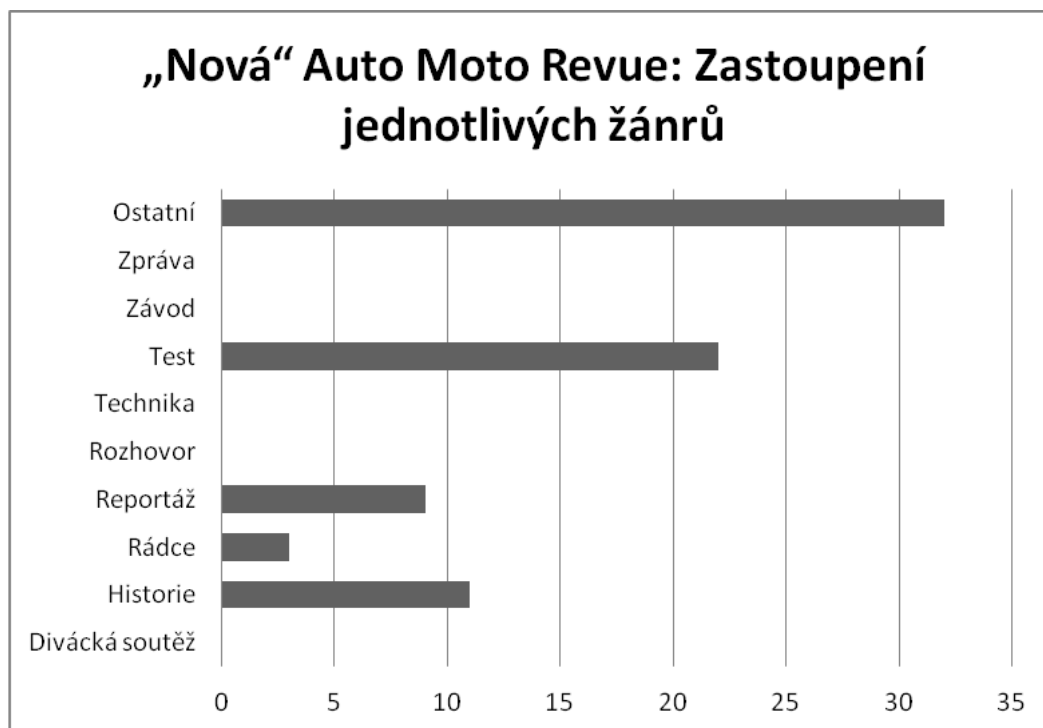
Zdroj: Top Gear Live debuts in Scotland. In: *Newspress.co.uk* [online]. 2013 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z:<http://www.newspress.co.uk/ViewPressRelease.aspx?pr=46115>.

Příloha č.6: Filmový štáb pořadu Top Gear, při natáčení vánočního speciálu v Indii, v roce 2011 (fotografie)

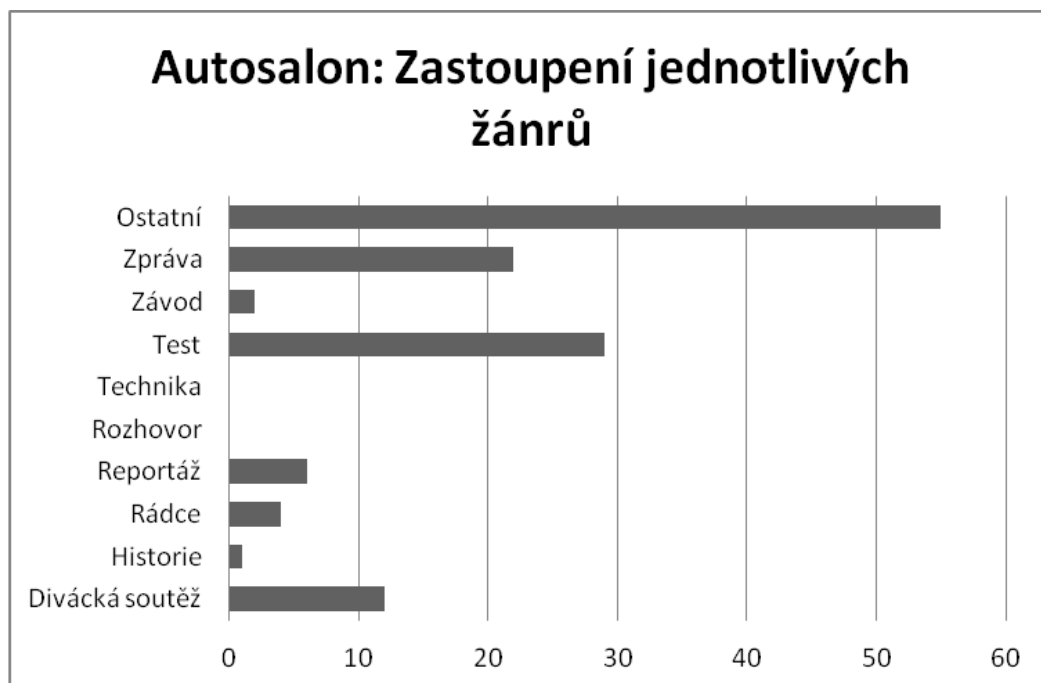


Zdroj: Our time with Top Gear. In: *Extreme Bike Tours* [online]. 2011 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <http://extremebiketours.com/top-gear/>.

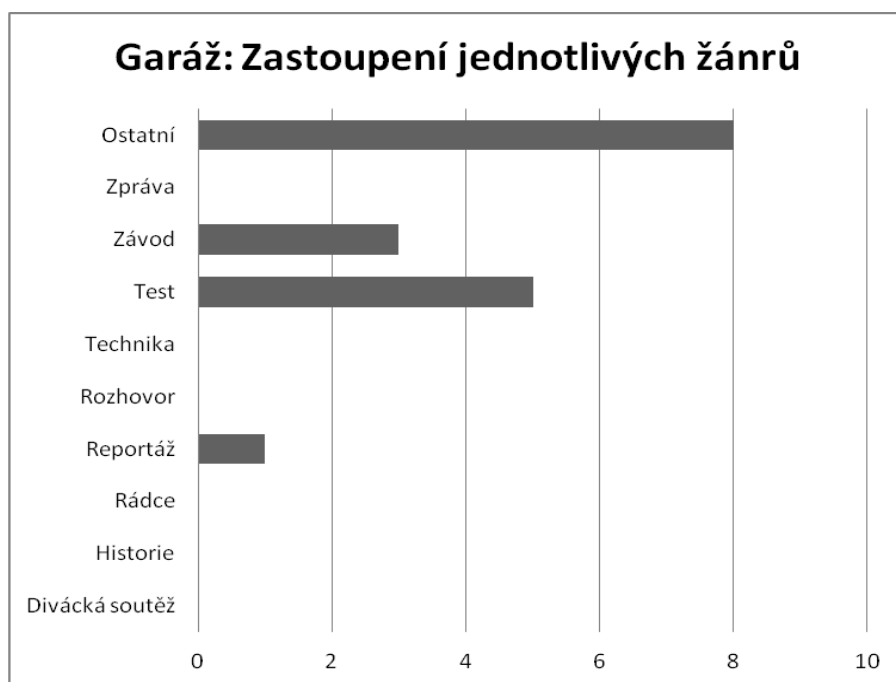
Příloha č. 7: Zastoupení jednotlivých žánrů v nové Auto Moto Revue (graf)



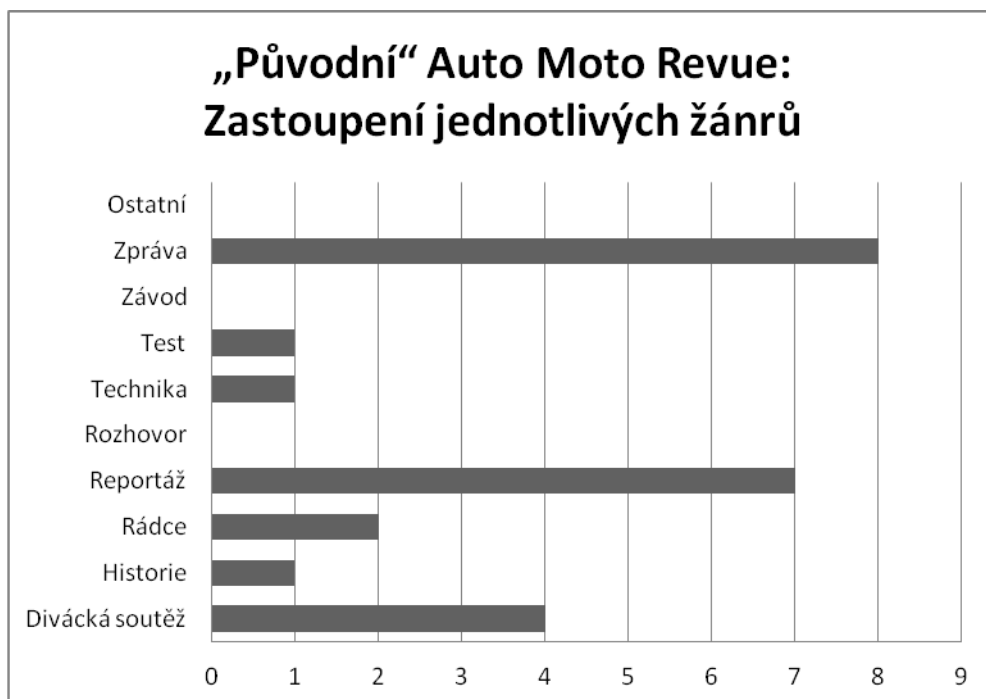
Příloha č. 8: Zastoupení jednotlivých žánrů v pořadu Autosalon (graf)



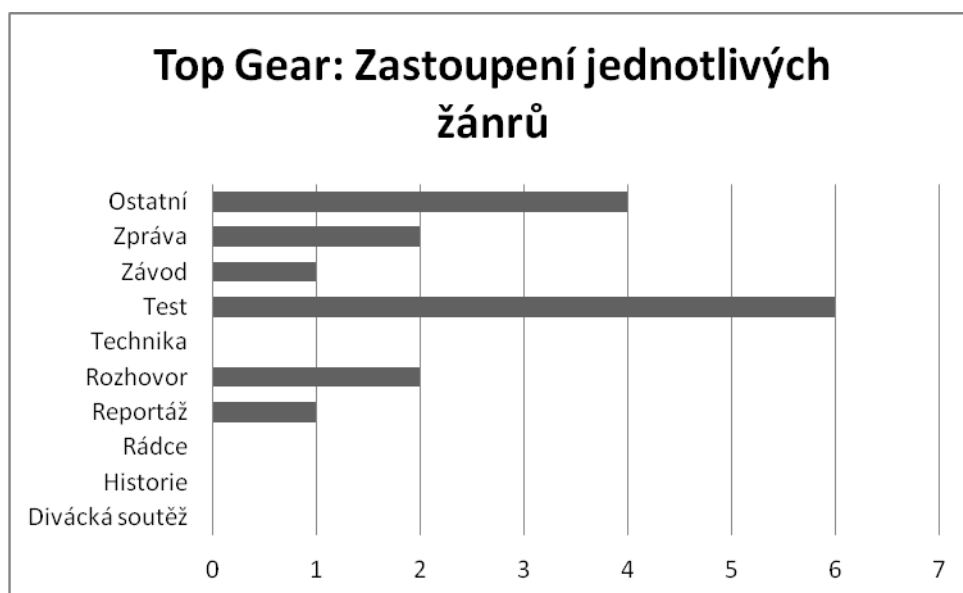
Příloha č. 9: Zastoupení jednotlivých žánrů v pořadu Garáž (graf)



Příloha č. 10: Zastoupení jednotlivých žánrů v původní Auto Moto Revue (graf)



Příloha č. 11: Zastoupení jednotlivých žánrů v pořadu Top Gear (graf)



Příloha č. 12: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v dnešní Auto Moto Revue (tabulka)

	Do 29 sekund	30 sekund – 59 sekund	60 sekund - 299	300 sekund – 599 sekund	Delší než 600 sekund
Divácká soutěž	0	0	0	0	0
Historie	0	2	8	1	0
Rádce	0	0	2	1	0
Reportáž	0	1	6	0	0
Rozhovor	0	0	0	0	0
Technika	0	0	0	0	0
Test	0	0	3	4	0
Závod	0	0	0	0	0
Zpráva	0	0	0	0	0
Ostatní	20	7	5	0	0

Příloha č. 13: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v pořadu Autosalon (tabulka)

	Do 29 sekund	30 sekund – 59 sekund	60 sekund - 299	300 sekund – 599 sekund	Delší než 600 sekund
Divácká soutěž	0	8	4	0	0
Historie	0	0	0	1	0
Rádce	0	0	2	2	0
Reportáž	0	0	2	2	2
Rozhovor	0	0	0	0	0
Technika	0	0	0	0	0
Test	0	0	1	19	9
Závod	0	0	0	1	1
Zpráva	0	0	21	1	0
Ostatní	24	16	9	6	0

Příloha č. 14: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v pořadu Garáž (tabulka)

	Do 29 sekund	30 sekund – 59 sekund	60 sekund - 299	300 sekund – 599 sekund	Delší než 600 sekund
Divácká soutěž	0	0	0	0	0
Historie	0	0	0	0	0
Rádce	0	0	0	0	0
Reportáž	0	0	1	0	0
Rozhovor	0	0	0	0	0
Technika	0	0	0	0	0
Test	0	0	0	3	2
Závod	0	0	3	0	0
Zpráva	0	0	0	0	0
Ostatní	3	3	2	0	0

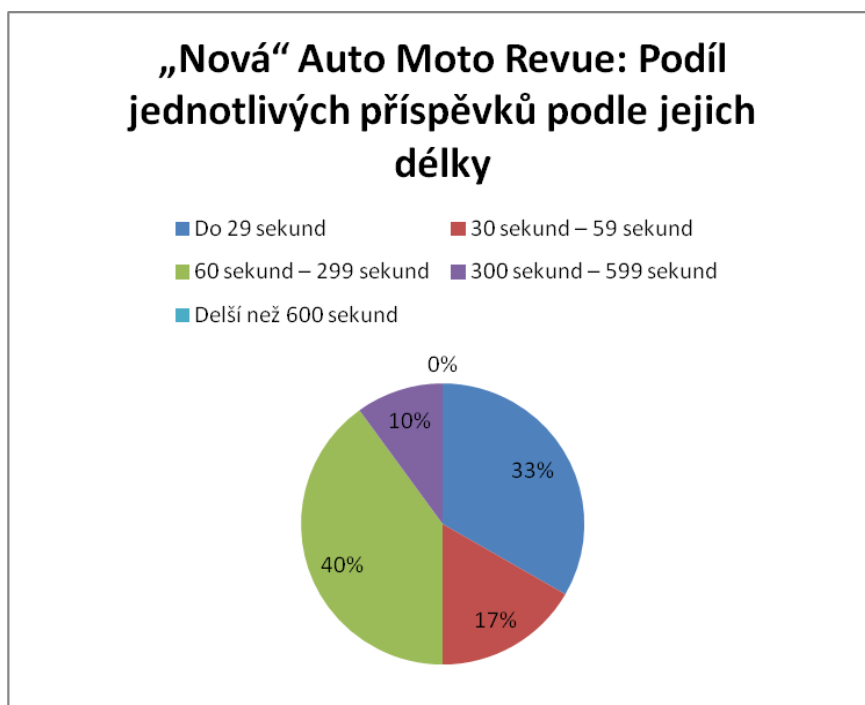
Příloha č. 15: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v původní Auto Moto Revue (tabulka)

	Do 29 sekund	30 sekund – 59 sekund	60 sekund - 299	300 sekund – 599 sekund	Delší než 600 sekund
Divácká soutěž	0	0	4	0	0
Historie	0	0	1	0	0
Rádce	0	0	3	1	1
Reportáž	0	0	3	3	1
Rozhovor	0	0	0	0	0
Technika	0	0	0	1	0
Test	0	0	1	0	0
Závod	0	0	0	0	0
Zpráva	3	3	1	0	0
Ostatní	0	0	0	0	0

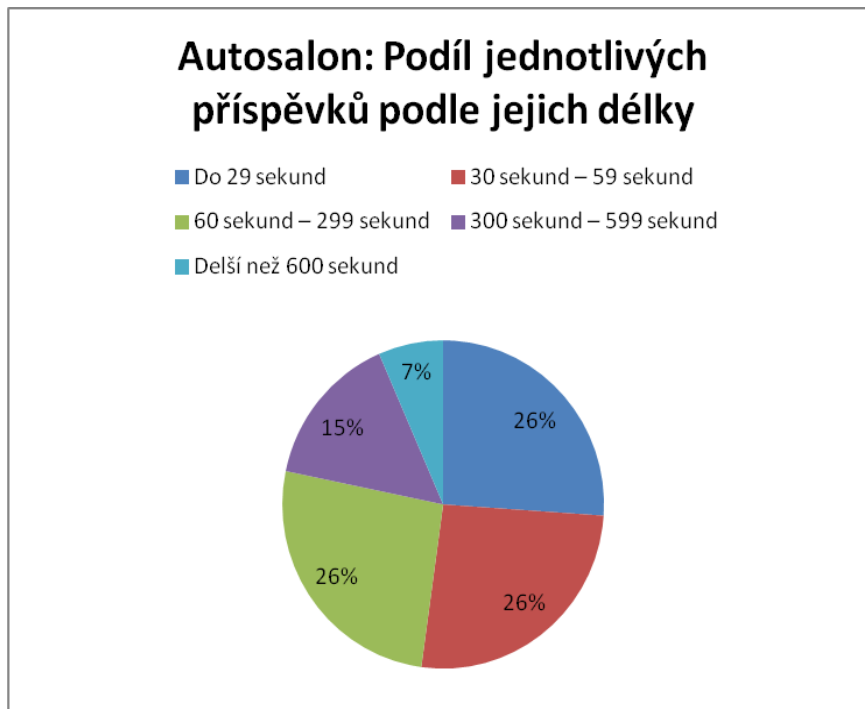
Příloha č. 16: Počet jednotlivých materiálů podle jejich délky v pořadu Top Gear (tabulka)

	Do 29 sekund	30 sekund – 59 sekund	60 sekund - 299	300 sekund – 599 sekund	Delší než 600 sekund
Divácká soutěž	0	0	0	0	0
Historie	0	0	0	0	0
Rádce	0	0	0	0	0
Reportáž	0	0	0	0	1
Rozhovor	0	0	0	0	2
Technika	0	0	0	0	0
Test	0	0	4	1	1
Závod	0	0	0	0	1
Zpráva	0	0	0	2	0
Ostatní	0	1	1	0	1

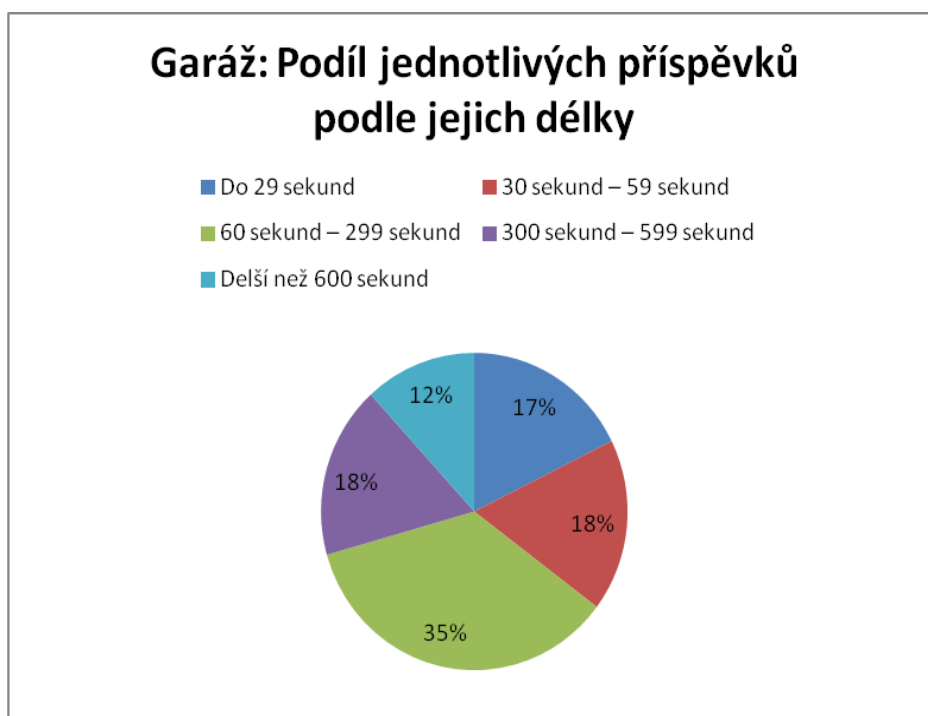
Příloha č. 17: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Auto Moto Revue (graf)



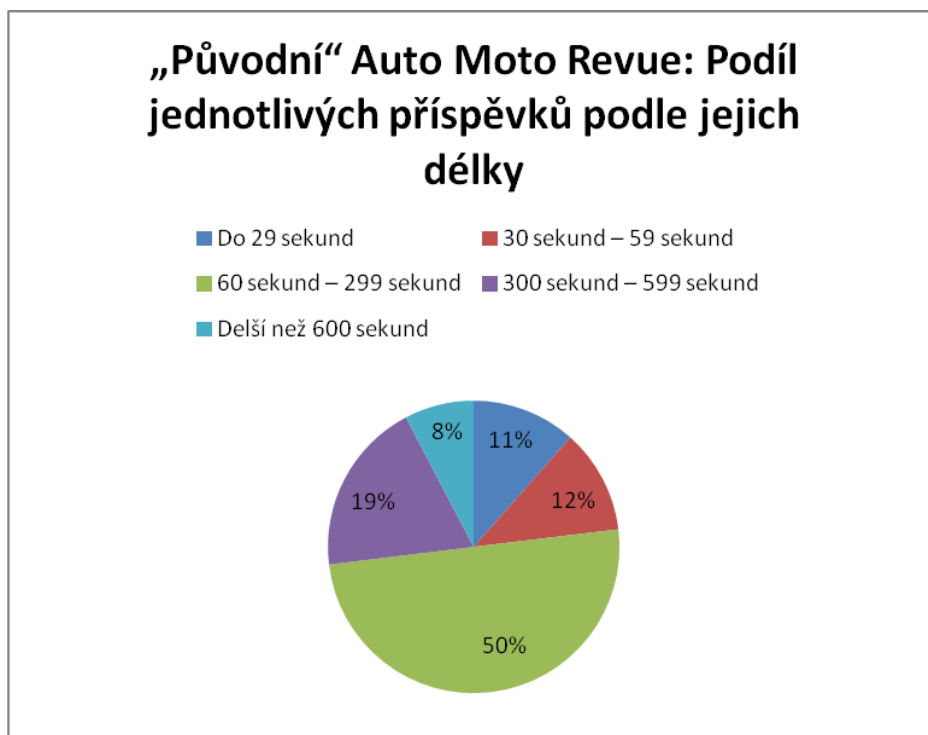
Příloha č. 18: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Autosalon (graf)



Příloha č. 19: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Garáž (graf)



Příloha č. 20: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v původní Auto Moto Revue (graf)



Příloha č. 21: Podíl jednotlivých materiálů podle délky v pořadu Top Gear (graf)