

Kateřina Šardická

Jak veřejnoprávní televize experimentuje s reality TV

V evropských televizích se od počátku devadesátých let začaly postupně objevovat nové formáty, které navzdory všem předcházejícím zkušenostem s úspěchem mísily elementy různých žánrů. Důvodů, proč tento trend sílil, bylo několik. Jak píše Milan Kruml, za počáteční změnou stála i únava diváků z přemíry fikce.¹⁾ Hraná tvorba z hlediska námětů i používané narace stagnovala a celosvětově narážela na nezáměr diváků. Náklady na dramatické i komediální fikční seriály navíc rostly a trh se zdál být přesycený. Nové pořady, které televize začaly vyvíjet, byly o poznání levnější než seriály či televizní filmy, a tudíž s sebou nesly menší ekonomické riziko. Většina z nich byla realizována tak, aby je bylo možné vysílat v netradičně dlouhých cyklech s velkým množstvím epizod, některé dokonce denně. Celá tato poměrně různorodá řada nových formátů později dostala označení *reality TV*.²⁾

Reality TV je komplexní pojmenování oblasti primárně zábavných pořadů, které využívají participaci reálných aktérů reprezentujících sebe sama.³⁾ Americká analytička Susan Murrayová definuje reality TV jako neskrývaně komerční televizní žánr méně jednotný estetickými pravidly nebo jistotami než spojením populární zábavy se sebevědomým odkazováním na ztvárnění reality.⁴⁾ Právě odvolávání se na autentičnost postav, situací a příběhů je primárním rozdílem od fikční televize a zároveň je největší předností těchto pořadů. Reality TV hraničí s vícero žánrovými teritorii — nachází se někde mezi faktualností

1) Milan Kruml, Na hranici mezi realitou a fikcí: Docusoapy v nabídce tuzemských televizí. Dostupné online: <<http://www.dokrevue.cz/clanky/na-hranici-mezi-realitou-a-fikci>>, [cit. 22. 6. 2019].

2) Termín reality TV je všeobecně velmi problémový. Jeho užívání v české i zahraniční literatuře je nekonzistentní a je často (zejména u nás) zaměňován s termínem reality show.

3) Zcela záměrně se text vyhýbá označení reality TV jako žánru, jelikož využívá řadu různých narativních způsobů, jak je v textu dále uvedeno. Tvrdit, že reality TV je formát, je také zavádějící (i když se termín ustanoval v anglofonní praxi). Formát je v televizní praxi již konkrétní pořad s ustálenou podobou, jehož licenci lze koupit nebo prodat. Tak bude tento termín v textu i nadále používán.

4) Susan Murray – Laurie Ouellette, *Reality TV — remaking television culture*. New York / London: New York University Press 2009, s. 4.

a zábavou, mezi dokumentem a dramatem.⁵⁾ Faktuálnost k hraničním pojmu patří díky participaci reálných aktérů, drama pro nutnost dramatické linky a vývoje děje, dokument pro způsob snímání a zábava, protože divákům poskytuje rozptýlení a pobavení současně. Široká škála pořadů, které jako reality TV chápeme, bývá částí kritické obce označována za voyeuristické, laciné či primitivní, vulgární a senzacechtivé.⁶⁾ Pro některé formáty toto tvrzení jistě platí více než pro jiné, zejména pro bulvární kontejnerové show typu BIG BROTHER, jež diváky lákají na bizarní (abnormální) aktéry, či soutěže typu HOTEL PARADISE (TV Prima, 2012), ve kterém se o sledovanost postarala erotika, nevěra a intriky mezi soutěžícími.

Fenomén reality TV má nicméně mnohem delší historii, která je spjatá s dějinami televize jako masového média.⁷⁾ Tolik oblíbené talentové show se vysílají v Americe už od konce čtyřicátých let, což dokazuje, že televize se vždy snažily tvořit nabídku, která byla na jedné straně postavena na fikci a na druhé straně na pořadech, v nichž vystupoval obyčejný člověk z ulice. Reality TV nicméně sdílí mj. například specifické observační způsoby snímání s dokumentárním filmem, podobně jako on zachycuje reálné dění a reakce aktérů na ně.⁸⁾

Podle Jakuba Kordy jsou tedy za reality TV zpravidla označovány pořady, které vykazují minimum scenáristické přípravy, zapojují sociální aktéry, z hlediska televizního stylu navazují na tradici dokumentu a akcentují zábavné či dramatické funkce pořadu.⁹⁾

Ani to však není definice, kterou bychom mohli považovat za jednoznačnou. Spousta reality TV formátů naopak pečlivou scenáristickou přípravu vyžaduje (a to zejména v předprodukčních fázích). Nemluvě o tzv. licenčních biblích,¹⁰⁾ stále častěji se do reality TV namísto obyčejných lidí z ulice zapojují celebrity, a tak ani podmínka sociálních aktérů neplatí. Britská akademička Annette Hillová označuje reality TV jako divoký žánr, pře-

5) Annette Hill, *Reality TV — Audiences and popular factual television*. Oxon: Routledge 2005, s. 11.

6) Tyto závěry se povětšinou opírají o výzkum pouze části rozmanitého spektra reality TV, a to zejména pořadů soutěžních, či těch, jež staví své dramatické linky na snaze diváka co nejvíce šokovat a pobuřovat. Více se problematice věnuje např. Lemi Baruh, *Publicized intimacies on reality television: An analysis of voyeuristic content and its contribution to the appeal of reality programming*. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 53, 2009, č. 2, s. 190–210.

7) Milan Kruml, *Voyeurské okno k sousedům*. Dostupné online: <<http://www.dokrevue.cz/clanky/voyeurske-okno-k-sousedum>>, [cit. 22. 6. 2019].

8) Základním rozdílem mezi dokumentem a reality TV je všeobecný předpoklad, že dokumenty veřejnost vnímá jako edukativní, etické a informativní. Snahou dokumentaristů je podnítit určitý veřejný zájem, otevřít debatu, zatímco vyložené komerční reality TV (a to zejména typ tzv. kontejnerové reality TV, jakým je např. formát BIG BROTHER) zdůrazňuje především zábavu a je považována za lacinou. Jakýsi střet mezi těmito dvěma extrémny pak tvoří kategorie docusoap, která na jednu stranu otvírá tabuizovaná témata, soustředí se na menšiny nebo vyloučené skupiny, na té druhé však myslí na to, že diváka musí bavit (je tedy potřeba přidat drama). Definici docusoap se věnuje např. Stella Bruzzi, *Docusoaps*. In: Glen Creeber (ed.), *The Television Genre Book*. London: British Film Institute 2001.

9) Jakub Korda, *Úvod do studia televize 2. Faktuální televize a její žánry*. Olomouc: Univerzita Palackého 2013, s. 53.

10) Termín, který označuje soubor všech informací potřebných k výrobě formátu. Jedná se o knihu (nebo jakýsi manuál), která obsahuje klíčové prvky od scénářů či jiných doporučení k obsahu jednotlivých dílů pořadu (podle žánru konkrétního formátu, např. úkolů pro účastníky v případě game show) přes popis typologie protagonistů, doporučení k efektivní výrobě i se vzorovým původním rozpočtem až po autorsky chráněné prvky značky.

devším kvůli nespoutanému prospěchářství a odporu k omezování, jako catch-all kategorii, která v sobě zahrnuje široké množství pořadů o skutečných lidech, žánr pohybující se na pomezí inscenované reality, dokumentárního či informačního filmu a dramatu. Domnívá se navíc, že pojem žánr je v tomto kontextu spíše termínem akademickým.¹¹⁾ Podle Mishy Kavkové přetrvává zmatek, co vytváří a definuje „reality televizi“ jako žánr, částečně kvůli hybriditě formátů, částečně jako výsledek proměnlivé podstaty takových pořadů,¹²⁾ což vnímá podobně i Peter Mikuláš, který tvrdí:

Dnes pod reality TV rozumíme spíše kategorii zastřešující rozličné žánrové podoby televizních komunikátů, které jednak hybridují na tradiční televizní žánry a jednak přinášejí nový prvek ‚reality‘, čímž těmto žánrům přidávají novou kvalitu. Reality TV není ustálená kategorie, ale právě naopak, je to kategorie neustále hledající svoje možnosti žánrového vyjádření.¹³⁾

Mikulášovo tvrzení je téměř osm let staré a jako jediné pořad platné — reality TV je nestálá a široká skupina pořadů, jejichž přesná definice je komplikovaná. Jak definovat oblast, která se s každým dalším pořadem proměňuje a televize přichází s novými možnostmi, jak realitu ukázat? Na tuto otázku je možné si odpovědět dalšími otázkami: Je to vlastně nutné? Potřebujeme reality TV ukotvit v jasné definici?

V kontextu české televizní praxe, které se tento text má věnovat, považuji za důležitější si ujasnit především to, jak se rozmanitá reality TV tvorba dostala na obrazovky České televize a jakými způsoby naplňuje představy o veřejnoprávním obsahu média. Studie čerpá z osobní empirické zkušenosti nejen ze samotné instituce ČT, ale z prostředí televizní dramaturgie obecně.

S licencí to jde bezpečněji

V České republice dochází k boomu reality TV na obrazovkách komerčních televizí počínaje rokem 2001 a odvysíláním první řady CHCETE BÝT MILIONÁŘEM? (WHO WANTS TO BE A MILLIONAIRE?). Po úspěchu celosvětově nejznámější soutěže se na obrazovkách komerčních televizí vzápětí objevily velké formáty kontejnerových show jako VYVOLENÍ (VALÓ VILÁG), BIG BROTHER nebo pěvecká ČESKO HLEDÁ SUPERSTAR (POP IDOL). Nákup zahraničních licencí byl pro komerční televize navzdory světovému úspěchu daného pořadu obrovský risk, který se v některých případech vyplatil krátkodobě (první řada VYVOLENÝCH je dodnes nejsledovanějším pořadem v historii Primy, každý večer k televizním obrazovkám přitáhla v průměru 1,5 milionu diváků)¹⁴⁾ či dlouhodobě (soutěž CHCETE BÝT MILIONÁŘEM? se udržela na Nově v prime time po dobu pěti let a ČESKO HLEDÁ SUPERSTAR se pravidelně v různých obměnách vrací dodnes), nebo se nevyplatil vůbec (ve

11) Anette Hill, *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. NY: Routledge 2009, s. 2.

12) Misha Kavka, *Reality TV*. Edinburgh: University Press 2012, s. 3.

13) Peter Mikuláš, *Reality TV*. Bratislava: Iris 2011, s. 21.

14) O pořadu VYVOLENÍ. Dostupné online: <<https://prima.iprima.cz/vyvoleni-0/o-show>>, [cit. 22. 6. 2019].

světě jinak populární formát BIG BROTHER v Česku neuspěl dle očekávání, Nova jej nasadila proti velmi obdobným VYVOLENÝM na Primě, kteří jej ve sledovanosti mnohonásobně převýšili, což mělo za následek stažení BIG BROTHERA z prime time vysílání na podvečer). Sledovanost u převzatých reality TV formátů hraje naprosto klíčovou roli — především proto, že samotný nákup licence v řádu milionů korun se bez patřičně vysoké sledovanosti nevyplatí a investice se nevrátí. Obrovským riskem pro televize bývají formáty, u kterých se kupuje licence na několik řad dopředu. Navzdory velkému počátečnímu finančnímu vkladu je však adaptace zahraničních reality TV formátů pro televize stále menší risk než vývoj vlastního pořadu, neboť tradice u nás není tak dlouhodobá a trh je příliš malý a specifický. Minimálně komerční televize volí osvědčené zahraniční hity (BIG BROTHER, CHCETE BÝT MILIONÁŘEM?, VOICE, MASTERCHEF, VÝMĚNA MANŽELEK, FARMÁŘ HLEDÁ ŽENU, ROBINSONŮV OSTROV, ČESKO HLEDÁ SUPERSTAR, PROSTŘENO!, ČESKO SLOVENSKO MÁ TALENT, UTAJENÝ ŠÉF aj.), které uvádějí v hlavních vysílacích časech. Hlavní důvody, proč televize formáty raději nakupují, než vyvíjejí, jsou dva. Prvním je nedostatek financí pro vlastní vývoj pořadů. Tvorba každého pořadu, obzvláště reality TV, je především o know how. Pro televize je proto mnohem méně riskantní (z finančního i dramaturgického hlediska) zakoupit licenci, u které si tvůrci prošli procesem vývoje a zkorigovali chyby. Vývoj bývá dlouhodobý a nákladný, pro rychlou dynamiku televizního trhu je příliš pomalý, vznikají během něho pilotní díly, jež nakonec skončí bez šance na vysílání jako odepсанý nutný náklad. Druhý důvod spočívá ve vysoké míře rizika u každého nového formátu. Zahraniční formáty představují alespoň nějakou jistotu diváckého úspěchu. Pokud jde o trhy, které jsou s Českou republikou srovnatelné, existuje větší jistota, že se pořad dobře uplatní i na domácím trhu a že bude fungovat.

Česká televize jako vysílatel veřejné služby však zaujímá jiné stanovisko než komerční konkurenti. Jak ve své disertaci píše Kamila Zlatušková, v televizi veřejné služby se dramaturgická zodpovědnost z principu nesmí vázat výhradně na sledovanost pořadu, protože to je přímá cesta ke snižování výpovědní hodnoty pořadu, jeho úrovně i kvality.¹⁵⁾ Veřejnoprávní televize má pak při tvorbě reality TV značně omezené možnosti — nákup zahraničních hitů je komplikovaný, protože pojem (pověštinou mylně používaný ve tvaru reality show) stále konotuje pokleslou zábavu. Milan Kruml však podotýká:

U žádného formátu na světě není řečeno, zda je určený pro komerční, nebo veřejnoprávní televizi. Rozhoduje vždy pouze míra vkusu a schopností, jak s ním pracovat. Třeba se soutěží STARDANCE přišla BBC, která platí za vzor televizím veřejné služby. Kdyby tento formát vymyslela Česká televize, strhne se tu obrovský křik. K tomuto dělení ale přispěl i Vladimír Železný, který na tu notu léta hrál a rozděloval filmy na ty pro Novu a pro ČT. To je samozřejmě absurdní. Jestliže máte prestižní televizní stanici, která nabízí kvalitní pořady v kategorii dokument nebo původní televizní film, měla by přicházet i s výjimečnými projekty v oblasti zábavy.¹⁶⁾

15) Kamila Zlatušková, *Reality TV v ČT: Dramaturgická rozbuška, nebo veřejnoprávní pilíř?* Disertační práce. Brno: Janáčkova akademie múzických umění 2017, s. 5.

16) Milan Kruml, *Voyeurské okno k sousedům*. Dostupné online: <<http://www.dokrevue.cz/clanky/voyeurske-okno-k-sousedum>>, [cit. 22. 6. 2019].

Počáteční kroky České televize v oblasti tvorby reality TV však nebyly riskantní.¹⁷⁾ Zatímco komerční televize zažívaly boom kontejnerových, soutěžních a talentových show, kde se střídala snaha publikum šokovat, znechutit či pobavit, ČT koupila licenci na zmíněnou STARDANCE — KDYŽ HVĚZDY TANČÍ, kde největší emoce vyvolává vyloučení jednoho tanečního páru týdně.¹⁸⁾ Rok 2005 chápeme ne jako zrod, ale jako rozmach reality TV v Česku — minimálně té licencované. Když se reality TV na televizní obrazovce po několika sezónách ustálila, mohly si televize dovolit začít vyvíjet vlastní pořady.¹⁹⁾

V roce 2010 na otázku, zda by se televize měly do vývoje nových televizních formátů pouštět, Milan Kruml překvapivě odpovídá:

Nova nebo Prima nemohou tolik riskovat, protože každý risk je stojí moc peněz a ohrožuje jejich existenci. U veřejné televize se risk předpokládá. Je součástí její činnosti, protože veřejnoprávní televize posouvá dál celou branži. Má přicházet s novými nápady, protože má peníze, čas a prostředky na to, aby riskovala. Potíž je, když zjistíte, že veřejná televize není schopná ničeho jiného než dělat podobné věci, jaké dělají komerční stanice. To je problém. Veřejnoprávní televize má přemýšlet o alternativě. Očekává se, že je tou laboratoří, která zkouší nové věci.²⁰⁾

Krumlova odpověď je na jednu stranu velmi logická — stačí se ohlédnout k britské BBC, která skutečně v evropském měřítku za jakousi laboratoř platí — má stabilně vysokou sledovanost, tvoří vysokorozpočtové seriály, experimentuje s žánry a úspěšně prodává své původní náměty na evropském trhu. Lze však něco podobného očekávat také v českých podmínkách? Mohli bychom namítnout, že veřejnoprávní televize se nemusí tolik

17) Jedním z úplně prvních pokusů České televize o původní reality TV byl pořad ZE ŽIVOTA ZVÍŘAT (2001 až 2002), který spočíval v tom, že Jan Kraus týdně navštěvoval veterinární ordinaci a přibližoval divákům vývoj nemoci a zranění různých domácích zvířat. Jednalo se o jakýsi hybrid, který k reality TV odkazoval především svojí týdenní aktuálností a zachycováním skutečné veterinární kliniky. Podobných pokusů můžeme zaznamenat hned několik, společně však mají mj. i to, že o nich jako o reality TV tvůrci ani sama televize nemluví.

18) Z české adaptace STARDANCE — KDYŽ HVĚZDY TANČÍ (z britského formátu STRICTLY COME DANCING), od-vysílané poprvé v roce 2006, se stala jediná licencovaná reality TV v hlavním vysílacím čase veřejnoprávní televize u nás. V roce 2019 se dočká desátého ročníku, přičemž k televizním obrazovkám u poslední řady zasedlo průměrně 1,48 mil. diváků. Dostupné online: <<https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/12/letosni-stardance-mela-vyssi-sledovanost-nova-rada-za-rok/>>, [cit. 22. 6. 2019].

STARDANCE nebyl vysloveně prvním zakoupeným reality TV formátem ČT. Už v roce 2005 koupila Česká televize licenci 100 GREATEST BRITONS, v české verzi uvedeno jako NEJVĚTŠÍ ČECH, což byla veřejnoprávní reality soutěž odkoupená od BBC, ve které probíhalo celonárodní hlasování o největší osobnost naší historie i současnosti. Jednalo se o jednorázovou událost běžící na obrazovkách televize měsíc, kdy se národ sám podílel na hlasování a o finalistech vznikla série dokumentů, které televize odvysílala před velkým finále. Pořad se však z principu jedinečnosti nedá zopakovat. ČT nakoupila i několik dalších licencí na reality TV formáty, především soutěžní, jako např. divácky populární TAXÍK (britský formát CASH CAB).

19) Televize veřejné služby se zavazují k poskytování obsahu, který informuje a vzdělává, obohacuje kulturu svých diváků. Nedávno se rozšířila debata o tom, zda nové formáty (a mezi nimi i reality TV) otázku veřejnoprávnosti vůbec splňovat můžou. Zajímavým příspěvkem je např. Andrea Esser – Pia Majbritt Jensen, The use of international television formats by public service broadcasters in Australia, Denmark and Germany. *International Communication Gazette* 77, 2015, č. 4.

20) Milan Kruml, Voyeurské okno k sousedům. Dostupné online: <<http://www.dokrevue.cz/clanky/voyeurske-okno-k-sousedum>>, [cit. 22. 6. 2019].

snažit reality TV vyvíjet, protože má stabilnější a větší rozpočet než komerční televize — a z podstaty definice veřejnoprávního média by jí nemělo jít primárně o sledovanost.²¹⁾ Patří tedy reality TV na veřejnoprávní obrazovku?

Laurie Ouellettová je jedním z akademiků zastávajících názor, že reality TV neprodukuje pouze pasivní publikum, které bez většího rozmyslu konzumuje zábavu, nýbrž že i tento druh televizního obsahu dokáže diváky kultivovat, vzdělávat, ovlivňovat jejich občanskou povinnost a názory na širší sociální témata.²²⁾ Ve svém textu používá na první pohled veskrze komerční pořady jako příklad jakési skryté přidané hodnoty, která na diváky působí nikoliv prvoplánově jako zábavná složka, ale mnohdy podprahově. Jak veřejnoprávní médium může tvořit reality TV, jehož podstatou je zábava, a současně naplňovat veřejnou službu? Jakou roli tedy ČT v tvorbě reality TV vlastně hraje? A v čem jsou výsledné formáty veřejnoprávní?

Česká televize jako tvůrce reality TV

Po nástupu Petra Dvořáka do funkce generálního ředitele v roce 2011 se v České televizi odehrála série zásadních změn, které se dotkly způsobu vývoje a výroby pořadů. Jednou z hlavních transformací bylo znovuzavedení tvůrčích skupin, tzn. producentského systému, a zrušení systému redakčního.

V redakčním systému, který fungoval v ČT v letech 2002–2012, zajišťovala původní tvorbu a její vývoj tzv. centra specializovaná na jednotlivé žánry (Centrum dramatické tvorby, zábavy, publicistiky apod.). Ta byla přímo podřízena řediteli programu, který měl zásadní vliv na výrobu pořadů a zaplnění vysílacího schématu. Oproti tomu v producentském systému, fungujícím nyní, existují jednotlivé tvůrčí producentské skupiny (TPS), které mají pracovat jako „tvůrčí projektové týmy, jejichž existence je vázaná na vývoj konkrétního pořadu či pořadů“.²³⁾ V jejich čele stojí vždy jeden kreativní producent, který má v kompetenci dramaturgickou i producentskou činnost, vybírá si projekty a předkládá je ke schválení Programové radě ČT. Producent zároveň zodpovídá za dílo a jeho výsledný tvar. Každá tvůrčí skupina pak existuje pouze v závislosti na vyvíjených pořadech, skupiny mohou podle potřeby vznikat a zanikat (což se děje s odchody kreativních producentů; veřejností rezonoval především odchod Kamily Zlatuškové z brněnské TPS multižánrové

21) Nicméně s nástupem Petra Dvořáka a kreativního týmu, který s ním přišel z komerční televize, se stává sledovanost pořadů jedním z klíčových aspektů v procesu dlouhodobého plánování vývoje nových a inovace stálých pořadů. Milan Fridrich se vyjádřil následovně: „Sledovanost je hrozně důležitá věc. U komerčních televizí se podle toho vypočítává, kolik mohou dostat za reklamu, a důležité je to i pro Českou televizi. Česká televize je veřejnoprávní médium, které platí diváci ze svých koncesionářských poplatků, je placena poplatníky, aby vysílala to, co je zajímavé, tedy kritérium sledovanosti by tam mělo být.“ Rozhovor s Milanem Fridrichem v pořadu Pressklub na Frekvenci 1 vedl Luboš Xaver Veselý, leden 2002. Dostupné online: <<https://www.frekvence1.cz/audio-video?porad=press-klub&clanek=milan-fridrich-jsem-filmovy-fanousek-12684>>, [cit. 25. 8. 2019].

22) Laurie Ouellette, Reality TV Gives Back: On the Civic Functions of Reality Entertainment. In: *Journal of Popular Film and Television* 38, 2010, č. 2, s. 66–71.

23) Tisková zpráva. Dostupné online: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=6296>>, [cit. 22. 6. 2019].

tvorby v roce 2016). Oba modely mají své výhody i nevýhody, ovšem výrazným kladem současného producentského systému je fakt, že vytváří přirozené konkurenční prostředí a měl by kreativní producenty motivovat prostřednictvím osobní odpovědnosti za daný pořad k lepší činnosti. Velmi zjednodušeně řečeno, by úzké týmy okolo kreativních producentů měly pracovat především na projektech, které si samy vybraly a které jsou jim blízké. Osobní zájem je pak motivací a zárukou kvalitnějšího výsledku.²⁴⁾

Zavedením systému tvůrčích producentských skupin tedy dochází v televizi především k oddělení role vysílatele a role producenta vlastní tvorby, respektive k oddělení osob zodpovědných za program od těch, jež mají na starost výrobu pořadů. Tím se ČT částečně vrací k modelu z devadesátých let, kdy byl ředitelem Ivo Mathé. Systém funguje tak, že šéfové jednotlivých kanálů ČT pravidelně zadávají poptávku po konkrétním typu pořadu (v určitých opakovaných intervalech během roku, případně specializované poptávky např. k různým výročím apod.) a na základě té pak jednotlivé TPS vytvoří nabídku pro pitching.²⁵⁾ Následně se z nabídek vyberou ty nejzajímavější a ty ještě musí projít schválením Programové rady, kde se je kreativní producenti snaží obhájit.²⁶⁾ Pro autory či nezávislé producenty, kteří chtějí oslovit ČT jako potenciálního partnera či koproducenta, znamená systém TPS změnu, protože mají o něco více možností, jak uspět se svým námětem. Buď jej předloží přímo ředitelství vývoje pořadů a programových formátů, které je následně nabízí jednotlivým TPS k posouzení, nebo mohou jít už k jednotlivým producentům a diskutovat s nimi individuálně. První změnou tak byla proměna vývojových a výrobních podmínek.

Dvořák s sebou do ČT přivedl řadu bývalých spolupracovníků z TV Nova (mezi nimi mj. i Milana Krumla, od roku 2012 zaměstnaného jako mediálního analytika, Jana Maxu na pozici ředitele vývoje pořadů a programových formátů nebo Renatu Týmovou jako vedoucí výzkumu a analýz). Toto nově uskupené vedení ČT mělo za sebou letitou praxi z oblasti komerční televize, což se znatelně odrazilo i při sestavování dlouhodobých plánů programového, ekonomického a technického rozvoje ČT.²⁷⁾

V představovaných programových tendencích si například vedení uvědomuje, jak se televizní publikum s novou generací proměňuje.

Dominance zábavy ve vysíláních komerčních televizí bude výrazně ovlivňovat divácký vkus zejména mladších populačních ročníků. Schopnost a ochota diváků sledovat náročnější díla různých žánrů v konkurenci s komerční zábavou může vlivem tohoto vývoje klesat.²⁸⁾

24) Tvůrčí producentské skupiny. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/podavani-nametu-a-projektu/tps/>>, [cit. 14. 10. 2019].

25) Pavel Krumpár, Česká televize jako filmový producent. *Iluminace* 23, 2011, č. 1, s. 45.

26) Postup pro podání námětu. Dostupné online: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/podavani-nametu-a-projektu/pro-autory/>>, [cit. 22. 6. 2019].

27) Dlouhodobé plány programového, technického a ekonomického rozvoje České televize na roky 2012–2017. Dostupné online: <<https://img.ceskatelevize.cz/press/2262.pptx>>, [cit. 22. 6. 2019].

28) Tamtéž, s. 3.

Nové vedení v čele s Dvořákem tak začalo pracovat na strategickém plánu, jak skloubit veřejnoprávní poslání ČT a současně zvýšit atraktivnost jednotlivých programů a pokusit se o navýšení počtu svých diváků z řad konzumentů komerčních programů. Rozvoj programového okruhu ČT1 v daném období představoval zejména postupnou redefinici a přeformátování programu ČT1 na rodinný program se silným zastoupením původní české dramatické, seriálové a zábavní tvorby a atraktivní publicistiky. Mezi vytyčené cíle patřilo mj. hledání cesty k posílení zábavných pořadů — vysoce kvalitních a s určitou přidanou hodnotou.²⁹⁾ Velkou změnou měl projít zejména program ČT2, z něhož se měl stát exkluzivní program z hlediska poznání a uměleckých zážitků. Cílem bylo definitivně zbavit ČT2 zátěže minulosti, kdy původně poskytoval jen různé formy servisního zpravodajství o kultuře, menšinách či vzdělávání. ČT2 se měla stát plnohodnotnou alternativou k ČT1. Záměrem nového strategického plánování bylo posílení původní dokumentární tvorby, přidání zábavy (zejména nové a alternativní) a zavedení nových žánrů a forem pořadů.

V plánu se také objevují úvahy o rozšíření nabídky reality TV divákům ČT. I zde je patrná problematika žánrové uchopitelnosti reality TV, když jej programoví pracovníci rozdělují hned do několika kategorií. Tou první jsou „docusoap a ostatní žánry na pomezí dokumentu a tzv. reality formátů“.³⁰⁾ Hovoří o nich následovně:

Docu-reality je další tzv. cross žánr, který ČT dosud málo využívala, přičemž přenechávala prostor komerčním televizím. Řada zahraničních formátů tohoto druhu však v sobě nese vysoký potenciál společenské angažovanosti a užitečnosti. Tato oblast si zaslouží zvýšenou pozornost.³¹⁾

Do jiné žánrové kategorie, pojmenované jednoduše „reality“, pronikají ještě odvážnější myšlenky:

Tento žánr je tradičně doménou komerčních televizí, i zde lze však v posledních letech nalézt řadu formátů, jež přinášejí výrazně společensky prospěšný a pozitivně zaměřený obsah. Namátkou lze uvést pořady zaměřené na zdravý životní styl, na mezigenerační porozumění nebo na řešení — či alespoň zdůraznění — konkrétních společenských problémů.³²⁾

S nástupem Petra Dvořáka a jeho nového týmu tak ČT otevřeně plánuje vstoupit do konkurenčního boje s komerčními televizemi v tvorbě fikčních i nonfikčních žánrů. Jak se tato snaha projevila konkrétně na tvorbě reality TV?

Změna na producentský systém měla pozitivní dopad na několik prvních let po Dvořákově nástupu — v první vlně pitchingů a programových rad se schválil vyšší počet pro-

29) Tamtéž, s. 7.

30) Tamtéž, s. 12.

31) Prohlášení programu se shoduje s dřívějším tvrzením Milana Krumla (nyní zaměstnancem ČT odpovídným za analýzu programu), který se po nástupu do nové funkce pokusil prosadit i změnu uvažování o reality formátech.

32) Tamtéž, s. 13.

jektů do vývoje i výroby už jen proto, aby nově zvolení kreativní producenti měli možnost rychlejšího růstu, profilace své skupiny a budování jakési značky, která mohla přitáhnout ke spolupráci tvůrce.³³⁾ Nové kreativní prostředí, relativní tvůrčí svoboda s ním spojená a snaha konkurovat komerčním televizím jsou tři z klíčových faktorů, které dopomohly k tomu, aby se na veřejnoprávní obrazovce nové reality TV formáty rozvinuly. Na následujících příkladech tří konkrétních pořadů si vysvětlíme, jakou strategii v tvorbě reality TV ČT zvolila. Pořady byly vybrány dle několika kritérií: a) podle místa vzniku — každý z nich vzešel nejen z jiné TPS, ale i z jiného televizního studia; b) podle odlišného formátu reality TV, který reprezentují; c) podle mediálního a kritického ohlasu — na každý se soustředila v době vysílání česká média, diváci i kritika.

Česká verze docusoap: ČTYŘI V TOM

Docusoap je jedním z nejpopulárnějších formátů reality TV, jeho tradice sahá do britské televizní tvorby 90. let. Podle Jeremy Orlebara:

Docusoap kombinuje pozorování a interpretaci reality, jež používá dokument, s kontinuálním narativem zaměřeným na skupinu postav, jako je tomu v soap opeře. Poskytuje několik výhod, když jako vícevrstevnatý formát dramatické soap opery dokáže vytvářet narativní napětí a vzrušení.³⁴⁾

Docusoapy mají své kořeny v observačních dokumentech a dodnes si ponechaly některé dokumentární rysy, zároveň se ale postupně komercializovaly a upustily od původního vzdělávacího charakteru. Docusoap zaznamenává situace observační formou (bez zásahu štábu) a zpracovává je (stříhá) jako seriál. Většinou sleduje příběh lidí, které spojuje určité prostředí (rodina, komunita) a vykresluje proměnu jejich vztahů (cílem je ukázat drama a vyvolat emoce) během delšího časového úseku. Tvůrce do průběhu natáčení příliš nezasahuje (není to angažovaný dokument), záleží však na jeho osobnosti, jak blízko se k aktérům dostane, do určité míry se od něj očekává jisté napojení, skrze které divákovi aktéry lépe odhalí.

Některé formáty docusoapů je složitější odlišit od dokumentárních pořadů než ostatní.

Ty programy reality TV, které sdílejí nejvíce textových a estetických prvků s dokumenty, se snaží zaměřovat na každodenní životy subjektů v přirozeném prostředí bez herní roviny, používají techniky cinema verité a neobsahují zjevně komerční prvky jako product placement nebo příslib výhry.³⁵⁾

33) V letech 2012–2017 bylo přijato celkem 7 738 námětů, z toho 1 172 je odvysíláno, 441 ve výrobě, 650 ve vývoji, 229 odloženo a zbývajících 5 246 vyloučeno, odmítnuto nebo odepsáno po neúspěšném vývoji (k datu 26. 2. 2018). Přičemž v roce 2012 ČT zaevidovala kolem 2 000 námětů (každý následující rok počet klesl průměrně o 500 námětů). Srov. *Informace o činnosti divize Vývoje pořadů a programových formátů za 2. pololetí roku 2017 pro Radu České televize*, s. 6. Dostupné online: <<https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1197.pdf?v=1>>, [cit. 22. 8. 2019].

34) Jeremy Orlebar, *Kniha o televizi*. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění 2012, s. 87.

35) S. Murray – L. Ouellette, *Reality TV — remaking television culture*, s. 42.

Docusoaps můžeme rozdělit na tři podkategorie, a to na základě scénáristické přípravy formátu. V té náročnější a méně časté kategorii je vybráno několik hlavních protagonistů v dané lokalitě, jejichž život budou tvůrci sledovat. Každý z nich je doprovázen v daném časovém období štábem a jednotlivé příběhy jsou posléze ve střížně propojeny — vzniká tak zajímavý obraz lokality a lidí, kteří jsou s ní spojeni, tzv. *unscripted docusoap* (docusoap bez scénáře).³⁶⁾ Výsledné dílo je však předem filmaři nejméně ovlivnitelné a je pro ně tedy tento typ tvorby nejriskantnější. Další podkategorii bychom mohli nazvat *partly scripted docusoap* (docusoap s částečným scénářem). V zásadě využívá podobný postup — vytvoří situaci, umístí do ní protagonisty a sleduje je, nicméně ještě přidává nějaký cíl, který má být splněn. V poslední době přibyla ještě jedna podkategorie, která je stále důležitější. Jde o *full scripted docusoap* (docusoap s úplným scénářem). Lze oprávněně namítnout, že skutečnosti a reality je v těchto pořadech minimum. Nicméně nahlížejme na ně jako na experiment. Vytvářejí modelové situace, které odpovídají těm reálným, ale diváka upoutají mnohem víc, protože v nich modelové charaktery ztvárňují herci (a ti přináší víc emocí, ví, jak se do role položit). Příkladem je německý formát *X-DIARIES*, věnovaný chování německých turistů na Mallorce, kde sice situace odpovídají realitě, ale jsou sehrány pro potřeby tvůrců najatými herci.

Docusoap je na českém trhu poměrně mladým formátem. Za první vlajkové lodě české docusoap jsou zpětně kritiky i profesionály považovány formáty *PTÁČATA* (Česká televize, 2010) o třídě romských dětí a *ZLATÍ HOŠI* (TV Nova, 2010) o výchově malých hokejistů. Průlom však přišel až o něco později. Nově ustavená TPS vzdělávací tvorby a nových formátů Aleny Müllerové přišla v roce 2012 před Programovou radu ČT s rok vyvíjeným námětem na šestidílnou docusoap o čtyřech ženách a jejich porodech *ČTYŘI v TOM* (námět patří Erice Hníkové a Ireně Hejdové).³⁷⁾ Jak Alena Müllerová přiznala, i sami tvůrci se teprve učili, jak s docusoap pracovat.³⁸⁾ Inspirace v zahraničí totiž v případě docusoap naráží na jeden zásadní problém — formát je těžce přenositelný, protože se velmi často dotýká menšin, uzavřených skupin a etnik, stojí tedy na svých aktérech a společnosti, ze které vychází. Jedním z prvních impulzů, který tvůrcům *ČTYŘI v TOM* pomohl, byla masterclass s Chrisem Terrillem, průkopníkem formátu docusoap, kterou uspořádala ČT společně s IDF v červnu 2012. Téma něčeho tak univerzálního a citlivého zároveň, jako porodu a mateřství, se ukázalo jako správná volba a už první řada si našla silnou diváckou základnu (k obrazovce každý týden zasedlo v průměru 343 tisíc diváků). Co se týkalo programového nasazení, televize byla zpočátku pochopitelně velmi opatrná. První dvě řady *ČTYŘI v TOM* se v letech 2013 a 2014 vysílaly v osm hodin večer na programu ČT2.³⁹⁾ Uvedení

36) Miriam Locher – Andreas Jucker, *Pragmatics of fiction*. Berlin, Boston: Walter de Gruyter 2017, s. 461.

37) Šestidílný cyklus sleduje čtyři nastávající matky z nejrůznějších sociálních skupin, které před kamerami prožívají poslední chvíle před porodem, samotný porod a později i první měsíce mateřství. Cílem bylo sledovat proměny vztahů v rodinách spojených s porodem, odraz aktuálního společenského dění i nadčasovost témat porodu a mateřství. V pozdějších řadách se otevřely otázky péče o handicapované dítě, otců na rodičovské nebo přirozených porodů doma.

38) Prezentace *ČTYŘI v TOM* Aleny Müllerové. Dostupné online: <<https://slideplayer.cz/slide/2693804/>>, [cit. 22. 6. 2019].

39) Zatímco úkolem ČT1 je poskytnout televizní obsah pro co nejširší diváckou základnu, tedy oslovovat co nejvíce demografických skupin, kanál ČT2 slouží jako doplňující platforma pořadů pro užší publikum a experimentálnější tvorbu. Srov. Jan Potůček – Milan Fridrich: ČT se do dvou let úplně změní. Bude to naprosto

prvních dvou řad v kontextu druhého programového kanálu České televize ČTYŘI v TOM umisťuje do pozice vzdělávacího, dokumentárního či informačně-vzdělávacího pořadu. Šest dílů první řady bylo vysíláno každou neděli od dvaceti hodin, v programu jim přitom předcházela cyklus pro děti VEČERNÍČEK a dětské pořady, než byly přesunuty na samostatný kanál ČT:D. Po ČTYŘECH v TOM následoval kanadský dokumentární cyklus LETECKÉ KATASTROFY, který dramaticky rekonstruuje skutečné nehody letadel. Stejný programový slot oproti tomu na ČT1 okupovaly původní televizní, zejména detektivní filmy, což je ostatně typické nedělní vysílací okno již mnoho let. Druhá řada ČTYŘI v TOM byla nasazena o rok později obdobným způsobem. Nedělní programové schéma na ČT2 se v tom roce skládalo z NEUVĚŘITELNÝCH PŘÍBĚHŮ z produkce Stevena Spielberga, vysílaných krátce po devatenácté hodině. Po novém dílu ČTYŘI v TOM 2 následoval pravidelný gastronomický francouzský cestopis S KUCHAŘEM KOLEM SVĚTA. I nadále tedy nedělní okno zůstávalo vyhrazeno pro dokumenty a faktuační pořady.

Zajímavý obrat však nastal už mezi první a druhou řadou pořadu, tvůrci i televize si začali uvědomovat potenciál, který pořad samotný i docusoap obecně má. Milan Fridrich, ředitel programu, se o pokračování vyjádřil následovně:

Ta nejlepší televizní produkce vždy stojí na silných příbězích a kvalitním zpracování daného pořadu. Dokumentární seriál ČTYŘI v TOM, který Česká televize odvysílala loni, se stal díky naplnění těchto atributů fenoménem a znamenal průlom v začleňování nových televizních žánrů do vysílání ČT. [...] Druhá sezóna přichází logicky, protože fenomén nejde opustit bez toho, aby byl vyzkoušen nový úhel pohledu a nová forma zpracování, třeba i díky novým tvůrcům, kteří se do projektu zapojí. [...] Start druhé řady ČTYŘ v TOM symbolicky odstartuje letošní docusoapovou sezónu, která bude bohatší než loni. Jen na jaře odvysílá ČT čtyři řady různých dokumentárních seriálů podobného typu, další se chystají na podzim. Loňský úspěch ČTYŘ v TOM a následně docusoapu o cestě ke svatbě NAVŽDY SVOJI totiž inspiroval jak ČT, tak nezávislé tvůrce.⁴⁰⁾

Tento výrok samozřejmě musíme brát s rezervou, protože se v základu pořád jedná o marketingový materiál, nicméně i mezi řádky lze cítit odhodlání dát novým reality TV formátům větší prostor a šanci. Zatímco první řada ČTYŘI v TOM byla do jisté míry stále průkopníkem a jakýmsi pokusem o to, jak se dá s tématem i formou pracovat, ČTYŘI v TOM 2 přichází o rok později o něco sebevědoměji. Scenáristka projektu Irena Hejdová otevřeně přiznává, jak s formátem docusoap pracují: „Je to dokumentární seriál, s postavami a jejich příběhy se pracuje tak trochu jako v hraném seriálu. Přemýšlí se o tom, co by mohlo být zajímavé, co stojí za to více zdůraznit.“⁴¹⁾ Vzápětí ale dodává, že scénář v tomto případě neznamená, že někdo aktérkám předepisuje, co mají dělat a co říkat, slouží spíš

jiná televize. Dostupné online: <<http://www.digizone.cz/clanky/milanfridrich-ct-se-do-dvou-let-uplne-zmeni-bude-to-naprosto-jina-televize/>>, [cit. 22. 6. 2019].

40) O seriálu. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10583121197-ctyri-v-tom-2/7544-o-seriálu/>>, [cit. 22. 6. 2019].

41) Druhé ČTYŘI v TOM jsou vyrovnanější. Dostupné online: <<https://ct24.ceskatelevize.cz/kultura/1047941-druhe-ctyri-v-tom-jsou-vyrovnanejsi>>, [cit. 22. 6. 2019].

pro tvůrce jako vodítko a ohrazuje se, že všechny natočený materiál je autentický, nezmanipulovaný. Realističnosti mají dopomáhat také kamery, na které se účastnice samy natáčejí v době, kdy není přítomný štáb, a zachycují tedy každodenní realitu — tvůrci však zcela záměrně opomíjí přiznat, že aktérky dostaly instruktáž a zadání k tomu, jaký typ situací se hodí natáčet, či zcela obyčejný fakt, že ve střížně pochopitelně vybrali to nejzajímavější a nejdramatičtější, co příběhy posouvá dál, případně vyvolává patřičné emoce. Posun mezi oběma řadami je nejznatelnější v castingu a způsobu uvažování nad výběrem hrdinek i témat. Koncepti druhé řady Irena Hejdomová konkretizovala takto: „Zajímaly nás ženy, které se dostaly do dramatických životních okolností, a to, jak se s tím poperou v těhotenství a mateřství.“⁴²⁾ První řada aktérky polarizovala, pokud jde o jejich sociální i rodinné zázemí, všechny na sebe upozorňovaly v kontrastu jedna k druhé — majetkem a kariérami ambicemi (Věra), absencí finanční jistoty (Lucie), způsobem venkovského života (Miky) či soužitím v mezinárodním vztahu (Petra). ČTYŘI v TOM 2 nesázejí na extrém, vybírají ženy se silným osobním příběhem — lesbicky orientovanou samoživitelku (Kristýna), početnou rodinu starající se o těžce nemocné dítě (Veronika), osmnáctiletou maminku hledající vlastní dospělost a zodpovědnost (Bára) a kreativní producentku, která se ihned po porodu plánuje vrátit do práce a nechat dítě s manželem na rodičovské (Kamila). Najednou tak tvůrci opouští od senzacnosti a snahy dostat do pořadu co největší extrém, ale volí silné životní linky a více do děje zapojují nejen nastávající matky, ale i jejich partnery a celé rodiny, což odpovídá opět o něco lépe definici veřejnoprávního vysílání. Kamera se dostává do tak intimních a osobních míst, jako je rodinný kruh a porodní sál a neuhýbá před kontroverzními tématy (jako potíže s dýcháním u narozeného dítěte či úmrtí v rodině), nicméně po celou dobu vkusně balancuje mezi snahou diváka zaujmout a současně budít dojem, že je v pořádku tyto soukromé situace ukazovat.

Nejzajímavější posun nastává s příchodem třetí řady v roce 2015. ČTYŘI v TOM 3 mění nejen čas vysílání, ale i kanál. ČT pořad nasadila na ČT1 ve středu ve 21:45 po repríze původního hraného dramatického seriálu PRVNÍ REPUBLIKA z produkce ČT. ČTYŘI v TOM 3 se tak přemístily na hlavní vysílací kanál určený pro většinové publikum, do programového kontextu fikční seriálové narace.⁴³⁾ Přesunem pořadu na ČT1 však televize nedává najevo, že by se z docusoap stal divácký tahák či vlajkový pořad kanálu, ale spíše stálý a pevný programový bod, schopný nyní po dobře přijatých dvou řadách úspěšně zaplnit večerní časový slot uprostřed pracovního týdne. Změna programového nasazení pořadu neuškodila, průměrná sledovanost třetí řady činila 306 tisíc diváků 15+ a v průměru se díval každý desátý divák přítomný v danou dobu u televizní obrazovky.⁴⁴⁾ Na jednu stranu mohou čísla vypadat neuspokojivě, protože od ČT1 se očekává vyšší sledovanost než od ČT2, ovšem musíme brát v potaz, že přesun do všedního večera, vyhrazeného napříč televizemi na původní seriálovou fikční tvorbu, která si vzájemně konkuruje, je risk sám

42) Tamtéž.

43) Pro srovnání, středeční večerní program na ČT2 byl vyhrazen především pro cestovatelské pořady, ve stejný čas jako ČTYŘI v TOM 3 byla nasazena premiéra třináctidílného dokumentárního cyklu o historii a současnosti českého trampingu ZVLÁŠTNÍ ZNAMENÍ TOUHA — tedy aktuální program cílící především na muže 45+.

44) Souhrnná analýza pořadu. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-data-o-vysilani/co-ct-nabidla-analyzy/>>, [cit. 22. 6. 2019].

o sobě. Pokud si i po změně dnu a vysílacího času a třech sériích cyklus udržel stejná čísla, dá se hovořit o úspěchu.⁴⁵⁾ Z počátečního risku se nakonec stala značka, ze které ČT opakovaně mohla těžit výrobou dalších sérií a vychovávala si tak diváka nakloněného způsobu, jakým docusoap vypráví.

ČTYŘI v TOM nebyl jen pořad, který se jednou odvysílal a skončil, velmi úzce s ním souvisel aspekt multiplatformity. Diváci (v tomto případě vzhledem k tématu především divačky) toužili po pokračování, po nadstavbě samotného pořadu. Velmi aktivní a činná byla facebooková skupina pořadu i webové stránky, kam tvůrci sdíleli bonusové materiály. Po odvysílání dílu měli diváci možnost ptát se na chatu akterek (většinou na zkušenosti s porodem nebo na aktuální situaci v rodině), po skončení pořadu se obě stránky zaplnily bonusovými videi zaměřenými na to, jak se aktérkám žije nyní a co je u nich nového, případně se i rozvíjela témata v pořadu zmíněná (jako nemoc dcery Veroniky z druhé řady, o jejímž průběhu web pravidelně informoval a pomohl otevřít i konto, kam diváci mohli přispívat finančními částkami na pomoc rodině). Formát se tak rozšířil daleko za hranice obrazovky.

Česká verze living history: DOVOLENÁ v PROTEKTORÁTU

Rok 2015 byl z hlediska výroby reality TV v ČT úspěšný, kromě ČTYŘ v TOM 3 se do vysílání dostávají další dva klíčové pořady: tím prvním je námět vzešlý z TPS publicistiky a dokumentární tvorby Lenky Polákové, DOVOLENÁ v PROTEKTORÁTU.⁴⁶⁾ Jedná se o docu-reality,⁴⁷⁾ přenášející protagonisty do životních podmínek, jaké panovaly v českých zemích v letech existence protektorátu Čechy a Morava (1939–1945).⁴⁸⁾ Cílem projektu bylo dle slov tvůrců ověřit, zda současná česká rodina dokáže obstát v situacích, v nichž se ocitali jejich předci.⁴⁹⁾ Docu-reality formáty jsou s docusoapy často zaměňovány a termín jako takový býval akademiky zavrhován pro svůj neologismus. Mezi oběma formáty je nicméně několik rozdílů. Docu-reality formát není časosběrný dokument. Vše se v něm musí odehrát v sevrěnějším čase v situacích přímo před kamerou. U tohoto formátu platí, že delší čas natáčení další (lepší, vyhrčenější) situace nepřinese. Velmi zjednodušeně řečeno, se jedná o formáty, které spojí několik aktérů a nutí je (na rozdíl od docusoap, kde je sledujeme v přirozeném prostředí) žít podle toho, co určuje scénář.

DOVOLENÁ v PROTEKTORÁTU patří do docu-reality living history, tedy pořadů, ve kterých si účastníci vyzkouší život svých předků. Formát se poprvé objevil v roce 1999 v Británii v programu BBC 1900 House. Obrovský úspěch u diváků i odborné kritiky vedl ke

45) V roce 2018 ČT odvysílala dokonce 4. řadu (opět na ČT1 ve středu od 21:00).

46) Někdy uváděná pod názvem DOVOLENÁ VE STARÝCH ČASECH, který je platný pro celý cyklus, v případě dalších pokračování. Tento zastřešující název je i jakýmsi „krycím názvem“ z období konkurzu na první řadu, kdy tvůrci záměrně zatajovali fakt, do jaké doby bude pořad zasazený.

47) Platnými jsou oba používané termíny: docu-reality i docureality.

48) Projekt je volně inspirován obdobnými zahraničními formáty (např. SCHWARZWALDHAUS 1902, WARTIME FARM a další), nejedná se však o konkrétní adaptaci přejatého formátu.

49) O pořadu. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10871520054-dovolena-v-protektoratu/>>, [cit. 22. 6. 2019].

vzniku dalších podobných pořadů — v drtivé většině byly a jsou i nadále vysílány televizemi veřejné služby. Podstatou living history je přemístění skupiny vybraných lidí (často rodiny, přátel) do určité historické situace, v níž mají obstát s prostředky, které měli tehdy lidé k dispozici. Současně jde ale i o sociologický experiment — je možné u současníků, kteří vědí, že jde jen o simulaci, vyvolat podobné pocity, jaké prožívali lidé v dané době? Tento aspekt často závisí na tom, jak pečlivě je formát připraven. Tyto pořady se skládají v podstatě ze tří základních prvků — z precizní rekonstrukce dobových reálií, ze simulací pro danou dobu typických situací a soutěžního principu, který je hlavní motivací účastníků.⁵⁰⁾ Zatímco s prvními dvěma prvky je spojena edukativní část pořadu — někdy komentují průběh odborníci (historici, sociologové), jindy jsou graficky či pomocí archivních materiálů připomínány důležité okolnosti, události atd., prvek třetí je pro diváky méně podstatný — analýzy toho, jak publikum tyto pořady přijímá, ukazují, že pro ně není podstatné, zda protagonisté v soutěži uspějí, či nikoli (je to tedy především motivační prvek pro protagonisty), ale možnost zvažovat, zda by se ve stejné situaci chovali podobně, lépe, hůře či jestli by vůbec obstáli. Důležitý je i rodinný princip — kromě poznávání historie se prověřují i rodinné či skupinové vztahy (z tohoto hlediska proto bývá narace docu-reality často připodobňována k docusoap). Jak nový formát na obrazovkách ČT vlastně pojmenovat, nevěděla zpočátku ani čeká média, když opakovaně používala obecné označení reality show.⁵¹⁾

Pořad se potýkal s podobným typem problémů jako ČTYŘI V TOM — i tady se ČT rozhodla investovat do formátu, na který nebyli zvyklí ani diváci, ani sami tvůrci. Na stránkách pořadu se tak objevují texty a příspěvky, které formát zasazují do kontextu a divákům vysvětlují princip, jak vznikl a jak funguje. Lenka Poláková, kreativní producentka projektu, se o něm vyjádřila následovně:

DOVOLENÁ V PROTEKTORÁTU je první historickou docureality v českých televizích. [...] Nemá však jen zábavnou hrou na minulost — v průběhu celých osmi dílů se odehrává příběh, který se skutečně mohl stát. Inspirací byly dobové kroniky, odborní poradci, historici. Diváci uvidí také unikátní archivní záběry všedního života v protektorátu, uslyší autentické rozhlasové relace. Kromě historické sondy je to také trochu psychologická zkouška...

Režisérka Zora Cejnková zdůrazňovala jako přednost formátu jeho autenticitu:

Klasickou reality show znám hlavně ze zahraničí a nikdy mě vlastně nezajímala. Pro tento projekt se ale hodí výborně. Vzala jsem si z ní ty přínosné prvky, například

50) Milan Kruml o living history pro web České televize. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10871520054-dovolenav-protektoratu/8656-zanr-living-history-tv/>>, [cit. 22. 6. 2019].

51) Srov. Dovolena v Protektorátu — ten strach ale nenapodobíte. Dostupné online: <<https://echo24.cz/a/w2WjA/dovolenav-protektoratu-ten-strach-ale-nenapodobite>>, [cit. 22. 6. 2019]. Nebo Dovolena v Protektorátu — nová reality show České televize. Dostupné online: <<https://www.lupa.cz/galerie/dovolenav-protektoratu-nova-reality-show-ceske-televize/i/206788/>>, [cit. 22. 6. 2019]. Nebo Dovolena v protektorátu nepochopila smysl reality show. Dostupné online: <<https://magazin.aktualne.cz/televize/dovolenav-protektoratu-nepochopila-smysl-reality-show/r~ebb871c201c111e5b1d8002590604f2e/>>, [cit. 22. 6. 2019].

možnost umístit skupinu lidí do izolovaného místa a mít technicky možnost natáčet po určitou delší dobu jejich autentické reakce na určité události. Právě autenticita je na reality show skutečně zajímavá. Docureality mi dává jako filmaře možnost pracovat s psychikou reálných lidí, nikoliv herců.

Druhou komplikací bylo programové nasazení, DOVOLENÁ V PROTEKTORÁTU byla jedním z příspěvků České televize k 70. výročí konce 2. světové války, a proto program vsadil na netradiční vysílání. Všech osm dílů odvysílal mezi 23. květnem až 13. červnem (tedy v období okolo výročí) každou sobotu, úterý a čtvrtek na ČT1 ve 20:00. Cesta k cílovému divákovi tak byla značně komplikovaná a problematická. Existují dva typy programového plánování, které televize obvykle využívají: a) snaží se vypěstovat u diváků návyk na pravidelné sledování tím, že pořad opakuje ve stejném programovém okně, aby věděl, kdy a kde jej najde; b) snaží se nalákat na jednorázové výjimečné eventy a sází na exkluzivitu. DOVOLENÁ V PROTEKTORÁTU byla tím druhým, méně častým případem, čímž na jednu stranu oslovila pravděpodobně širší spektrum diváků soustředící se na zmíněné výročí, nicméně si nedokázala diváka „vychovat“ k pravidelnému sledování v tak krátkém horizontu.

Televize do netradičního projektu vkládala velké naděje. Milan Fridrich vyzdvihoval autenticitu a spolupráci s odbornými poradci a historiky, kteří zodpovídali za faktickou správnost prostředí, dobových reálií a prostředí.

Jsem přesvědčen, že významným úkolem televize veřejné služby je přibližovat historické události, zasazovat je do kontextu a ukazovat jejich dopad na život běžných lidí, a to nejen prostřednictvím dokumentárních, publicistických a zpravodajských formátů, ale také skrze inovativní a experimentální televizní tvary, jako je třeba právě historická docureality.⁵²⁾

Nicméně televizní kritika formát nepřijala bez výtek. Jako hlavní nedostatek bylo vytýkáno nepochopení formátu a z toho plynoucí velmi pomalé tempo bez akce, kdy epizody zůstaly sestříhány především z mezičasu, během nějž se nic nedělo, a účastníci jen komentovali to, co se už událo. DOVOLENÉ V PROTEKTORÁTU pak dle kritiky chybělo pomyslné stržení přetvářky a sebekontroly, abychom ve vyhrocených a kritických situacích poodhalili pravou tvář aktérů. Neméně závažným problémem pak byla patrná scenáristická příprava, která nedávala aktérům příliš prostoru pro skutečné reakce a vmanévrovala je do předem připravených dějových linek.⁵³⁾

52) O pořadu. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10871520054-dovolena-v-protektoratu/>>, [cit. 22. 6. 2019].

53) Martin Svoboda, Dovolena v protektorátu? Málo ponížení a moc Hitlera. Dostupné online: <<https://magazin.aktualne.cz/televize/dovolena-v-protektoratu-nepochopila-smysl-reality-show/r~ebb871c201c11e5b-1d8002590604f2e/>>, [cit. 22. 6. 2019]. Srov. Mirka Spáčilová, Úvod Dovolena v protektorátu připomíná spíše agroturistiku. Dostupné online: <https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/dovolena-v-protektoratu-recenze.A150522_123235_filmvideo_ts>, [cit. 22. 6. 2019]. Srov. Marcel Kabát, Místo osvěty absurdní fraška. Dovolena v protektorátu jako exhibice trapnosti. Dostupné online: <https://www.lidovky.cz/kultura/misto-osvety-absurdni-fraska-dovolena-v-protektoratu-jako-exhibice-trapnosti.A150615_104503_ln_kultura_hep>, [cit. 22. 6. 2019].

Navzdory zjevnému selhání, u kritické obce si pořad držel vysoká čísla sledovanosti, první díl vidělo 518 tisíc diváků⁵⁴⁾ a úspěch pro televizi znamenal především získané 2. místo na Creative Forum EBU v Berlíně pro původní originální námět, což se jinému reality TV formátu doposud nepodařilo. Není proto překvapením, že v roce 2018 ČT od-vysílala pokračování, tentokrát pod názvem DOVOLENÁ V ĚŘE PÁRY, nicméně již v pravi-delném vysílacím okně a bez návaznosti na speciální výročí či historickou událost. Prin-cip soutěže v druhé řadě se o něco proměnil — nyní nebyli soutěžící rodina, ale několik uzavřených skupin, které soupeřily mezi sebou vzájemně v prostředí továrny. Provedené změny formátu nijak zásadně úspěch pořadu neovlivnily, zůstal odvysílán bez výrazněj-ších reakcí publika či kritiky, v podstatě bez ohlasu. V první řadě tedy televize kladla vět-ší důraz na veřejnoprávnost — tvůrci si vybrali velmi specifické období národních dějin a celý pořad asociovali s významným výročím. Záměrem tedy byla snaha vytvořit nový formát ke konkrétní události. Při tvorbě druhé řady už hrála roli forma pořadu — nebyla potřeba žádného výročí nebo speciální události, vybrala se jednoduše divácky atraktivní doba, ve které se nijak výrazněji nereflektovaly národní dějiny, a posílil se naopak soutěž-ní princip. Otázkou zůstává, zda to byla pro televizi správná volba.

Česká verze sociálního experimentu: ZLATÁ MLÁDEŽ

Třetím výrazným reality TV projektem České televize z roku 2015 se stala docu-reality ZLATÁ MLÁDEŽ TPS multižánrové tvorby Kamily Zlatuškové, ve které se pětice mladých Čechů z velkoměsta musí vyrovnat se životem, na který nejsou zvyklí — s náročnou ma-nuální prací řezníků na jatkách, stanou se obyvateli Chanova, účastníky armádního kurzu přežití, rolníky v české vesnici v rumunském Banátu a ošetřovateli v domově důchodců. Inspirací byl tvůrcům britský formát BLOOD, SWEAT AND ...,⁵⁵⁾ jak ostatně otevřeně při-znává ve své disertaci sama Kamila Zlatušková.⁵⁶⁾ Oproti britskému formátu však museli tvůrci ustoupit z nákladných zahraničních cest a formát zcela logicky lokalizovat na do-mácí prostředí. Díky disertační práci Zlatuškové máme jedinečnou možnost nahlédnout do vzniku reality TV formátu a zrekonstruovat, jak tvůrci o celém projektu uvažovali.

Zlatušková uvádí, že pro ni a její skupinu byl zásadní rok 2010, kdy Mezinárodní festi-val dokumentárních filmů v Jihlavě otevřel programovou sekci reality.TV pro „nové tele-vizní formáty a aktuální podoby zkřížených žánrů, jako jsou docudrama, docusoap, reali-ty show nebo mockument“.⁵⁷⁾ Podobě jako Alena Müllerová v případě ČTYŘI v TOM vyzdvihuje tedy důležitost vzdělávání filmových a televizních profesionálů v oblasti no-vých formátů.

54) Barbora Pánková, *Dovolená v Protektorátu*. Ten strach ale nenapodobíte. Dostupné online: <<https://echo24.cz/a/w2WjA/dovolenav-protektoratu-ten-strach-ale-nenapodobite>>, [cit. 22. 6. 2019].

55) Základem byla skupina mladých Britů z dobře situovaných rodin, kteří čelili realitě konzumního světa. V několika sériích se postupně podívali na práci skrytou za dováženým jídlem (BLOOD, SWEAT AND TAKE-ways), práci v průmyslu v rozvojových zemích (BLOOD, SWEAT AND LUXURIES) nebo zákulisí módního prů-myслу a značek (BLOOD, SWEAT AND T-SHIRTS).

56) K. Zlatušková, c. d., s. 83.

57) Reality.TV. Dostupné online: <<http://www.ji-hlava.cz/>>, [cit. 22. 6. 2019].

Díky Zlatuškové můžeme zrekonstruovat způsob smýšlení o pořadu. Britský formát BLOOD, SWEAT AND ... je inspiračním zdrojem, ze kterého tvůrci čerpali. Dramaturg Dušan Mulíček vytvořil na základě společných úvah a debat námět s názvem *Slzy a mozoly*, který se zabíral sociálními rozdíly mezi velkoměstem a venkovem s tím, že protagonisty měla být tzv. bohatá mládež z hlavního města, která bude postupně navštěvovat prostředí, jež z různých důvodů ostře kontrastují s jejich životním stylem.⁵⁸⁾ V původním námětu měla vybraná mládež postupně po dobu pěti týdnů žít v nejchudších regionech ČR, které trpěly vysokou nezaměstnaností a nízkou sociální úrovní — šlo tedy o zřejmý pokus poukázat na dlouhodobé společenské problémy. Nicméně jak se v průběhu vývoje ukázalo, mnohem efektivnější bylo ustoupit ze zacílení na konkrétní regiony a soustředit se na specifitější prostředí (domov důchodců, gheto, jatka).

ZLATÁ MLÁDEŽ se nakonec stala největším riskem ČT — formát konzervativnímu divákovi až příliš připomínal bulvární show komerčních televizí. A není se čemu divit, už z propagačních materiálů byla patrná jistá míra bulvarizace, anotace pořadu je uvozena slovy: „Pražská zlatá mládež poznává, jak vypadají životy ostatních Čechů. Pět rozmazlených mladých lidí z velkoměsta [...]“.⁵⁹⁾ Bez hlubší analýzy a divácké zkušenosti se pořad neprezentuje jako veřejnoprávní formát.

Tvůrci však přípravu sociálního experimentu nepodcenili. Zlatušková si uvědomuje důležitost správného castingu, tvůrčím principem výběru nebylo jejími slovy hledání apriori atraktivních respondentů, ale pokus nalézt lidi, u nichž odtržení od reality české majoritní společnosti není chronický stav, ale dočasný handicap způsobený determinací prostředím.⁶⁰⁾ Na první pohled se tak divákovi mohlo jevit, že vybraní aktéři jsou v pořadu především pro smích, avšak při pečlivém sledování začalo vycházet najevo, že každý z nich během pořadu prošel určitým osobním vývojem a díky návštěvě nového prostředí zpětně sebekriticky hodnotil svůj obraz. Podařilo se tedy splnit základní pravidlo sociálního experimentu.

Z jednání tvůrčího týmu okolo Zlatuškové je patrná obeznamenost se zahraniční tvorbou i vědomí hranic a možností docu-reality formátu:

ZLATÁ MLÁDEŽ s sebou samozřejmě přináší také kontroverzní témata, tento atraktivní formát by měl diváky bavit a zároveň jim nabídnout i silný impuls k přemýšlení. Je na publiku, aby posoudilo, co si mladí protagonisté z natáčení vzali, zda je ta zkušenost někam posunula. My jsme přesvědčeni, že se rozšířily obzory každému z nich. Záměrem autora projektu bylo nejen vytvořit pořad, který je zábavný, nenudí a je tím, jak je vymyšlen a natočen, srovnatelný s formáty, které točí prestižní televizní produkce ve světě, ale který zároveň nese závažnější poselství pro toho, kdo bude chtít nad věcí víc přemýšlet.⁶¹⁾

58) K. Zlatušková, c. d., s. 84.

59) O pořadu. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10718483769-zlata-mladez/>>, [cit. 22. 6. 2019].

60) K. Zlatušková, c. d., s. 86.

61) O projektu. Dostupné online: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10718483769-zlata-mladez/8814-o-projektu/>>, [cit. 22. 6. 2019].

ZLATÁ MLÁDEŽ byla programově zařazena ve středu od 21:30 (podobně jako třetí série ČTYŘI V TOM) na ČT1 a dosáhla vysokých čísel sledovanosti, první díl zhlédlo 452 tisíc diváků.⁶²⁾ Pořad byl široce reflektován v médiích i na sociálních sítích, o což šlo tvůrcům především. V hodnoticích textech novináři psali o „zvrácené televizní zábavě s přesahem“⁶³⁾ nebo to, že ačkoli jde „spíš o záznam zážitkové tour než konfrontace různých světů, je [ZLATÁ MLÁDEŽ] asi to nejzajímavější, co letos ČT vysílala z vlastní produkce.“

ZLATÉ MLÁDEŽI se podařilo na několika úrovních dokázat, že podobný typ formátů na veřejnoprávní obrazovky patří. Jednak se na nejzákladnější úrovni otevřelo několik aktuálních problémů (vysoká nezaměstnanost, nízké mzdy), dále tvůrci pracovali s rasovými předsudky (zapojení do života v chanovském ghettu), s mezigeneračními předsudky (práce v domově důchodců) či etickými otázkami (jatka). Ačkoliv vybraní protagonisté byli pravděpodobně většině diváků vzdálení způsobem jejich života i prostředím, ze kterého vycházeli, právě díky jejich kontroverznímu přijetí platilo srovnání „já bych se zachoval na jejich místě lépe/jinak“.

Formát se umístil na osmém místě na Creative Forum EBU v Berlíně (ve stejném ročníku jako DOVOLENÁ V PROTEKTORÁTU), televizní profesionálové jej ocenili pro kreativitu i originalitu. I díky tomu se ZLATÁ MLÁDEŽ stala pro televizi natolik úspěšnou, že v roce 2018 vznikla druhá řada pod názvem ZLATÁ MLÁDEŽ 2. V ní se nová skupina aktérů ocitla například mezi bezdomovci, po britském vzoru odjela zkusit práci v továrně na boty v Indii nebo zakoušela nelehkou cestu, kterou musí projít imigranti z Afriky do Evropy.

I tady, podobně jako u předchozích dvou formátů dochází mezi sériemi k vývoji. Zatímco u prvních řad se tvůrci s formáty učili zacházet, ve druhých se snaží divákovi nabídnout to nejlepší a přidat novou formu přesahu. Ve ČTYŘECH V TOM tvůrci opustili snadné prvoplánové stereotypy a představili silnější osobní příběhy hrdinek (což je ostatně nejsilnější stránkou docusoap). Mezi DOVOLENOU V PROTEKTORÁTU a DOVOLENOU V ÉŘE PÁRY zase tvůrci ustoupili od sledování jedné rodiny, která víceméně neměla v soutěžním charakteru pořadu žádného soupeře a předem byla určena k vítězství. V DOVOLENÉ V ÉŘE PÁRY se tak pro posílení divácké atraktivity navýšil počet soutěžních týmů. ZLATÉ MLÁDEŽI byla vyčítána povrchnost a jemná bulvarizace, druhá řada proto odkrývala ještě hlubší celosvětové problémy — bezdomovectví, dětskou práci nebo uprchlickou krizi. Všechny tři formáty tak prošly vývojem směřujícím k obsahu lépe odpovídajícímu veřejnoprávnímu médiu.

Závěr

Tři zmíněné případové studie pořadů ČTYŘI V TOM, DOVOLENÁ V PROTEKTORÁTU a ZLATÁ MLÁDEŽ představily tři konkrétní polohy reality TV, jež ČT po přechodu na systém TPS ve své původní tvorbě začala vyrábět — jednalo se do té doby o téměř nevyzkoušené

62) K. Zlatušková, c. d., s. 92.

63) Martin Svoboda, Zlatá mládež poznává krutou realitu. Zvrácená televizní zábava má zajímavý přesah. Dostupné online: <<https://magazin.aktualne.cz/televize/glosa-zlata-mladez-se-snazi-vymanit-zeskatulky-stejne-jako/r~1dfc29dc8cee11e59772002590604f2e/>>, [cit. 22. 6. 2019].

formáty docusoap, living history a docu-reality. Z hlediska originality nelze hovořit o odvažných experimentech. Docusoap, living history i docu-reality platí za reality TV, jež na rozdíl od jiných formátů (kontejnerové show jako BIG BROTHER, soutěžní pořady plné intrik mezi soutěžícími jako HOTEL PARADISE aj.) nejsou při adaptaci pro veřejnoprávní médium tolik komplikované, jelikož se komerčnosti a prvoplánové zábavě téměř vyhýbají. Docusoap vychází z tradice observačních dokumentů a řeší sociální témata, podobně jako běžné veřejnoprávní dokumenty či dokumentární cykly. Living history pracuje s historií národa a v ideálním případě se opírá o reálné události a fakta, čímž diváka souběžně se zábavou vzdělává. Docu-reality pak pracuje se zachycením dnešního světa a otevíráním aktuálních společenských témat. Všechny tři reality TV tak veřejnoprávní službu naplňují již z podstaty svých základních principů. Zvolená témata byla vzhledem k nezkušenosti veřejnoprávního diváka vybraná tak, aby oslovila co nejširší cílovou skupinu. ČTYŘI v TOM pracují s předpokladem, že téměř každého se nějakým způsobem dotýká téma porodů (minimálně většiny žen, ale i mužů, kteří se stanou otci). DOVOLENÁ v PROTEKTORÁTU pak reflektuje jedno z nejsilnějších a nejcitlivějších období národních dějin. ZLATÁ MLÁDEŽ primárně zachycuje generaci dnešních dvacátníků a jejich odtržení od reálného světa, stejně důležitá jsou však i témata vyplývající z prostředí, kde se mládež ocitne (etika chovu a porážky dobytka, otázka důstojného stáří a umírání ve starobinci, životní podmínky ve vyloučeném ghettu). Zákonem zřízená a politiky jmenovanou radou řízená televize již dnes nepředstavuje monopolní zdroj vizuální osvěty a potěšení. Konkurence v podobě soukromých televizí, internetu a všech dalších zdrojů zábavy a vzdělávání způsobuje, že čas věnovaný divákem veřejnoprávní obrazovce klesá. Reality TV je způsob, jak se tento jev může televize pokoušet odvrátit či zmírnit. Na rozdíl od komerčních televizí však svou strategii zakládá na dvou východištích: a) jakkoliv je reality TV atraktivní oblast tvorby, přidaná hodnota a edukativní rozměr musí převažovat nad zábavou, b) veřejnoprávním divákem je celý národ, logickým řešením je tak přizpůsobit program požadavkům rozmanité a velké skupiny. Alespoň se to tak na první pohled jeví.

Avšak přizpůsobovat program požadavkům všech je dost problematické (už jen snaha definovat si, kdo jsou vlastně „ti všichni“, ztroskotává na několika neznámých). Vyjít vstříc dnešnímu fragmentárnímu publiku jde pouze vytvářením stejně fragmentárně cíleného obsahu. Namísto jednoho širokoprofilového pořadu by ČT měla nabízet větší množství úzkoprofilových — tj. podporovat diverzitu programu a nesoustředit se na nejasnou skupinu, nýbrž vybírat si skupiny menší a tvořit pro ně. Diverzitu svého publika prozatím ČT příliš neřeší, a to z různých důvodů, spojených například s malým trhem či s náročností financování tolika pořadů. Osvědčenou strategií, jak reality TV i nadále rozvíjet, je: a) vznik silného programového a vývojového konceptu kombinujícího zásadní zahraniční akvizice s původní tvorbou, b) vyváženost mezi veřejnoprávností a zábavou, c) zohlednění diverzity současného publika. Pokud se ČT podaří udržet mezi těmito třemi aspekty rovnováhu, je pravděpodobné, že se na obrazovkách ČT budeme s reality TV setkávat častěji.

Kateřina Šardická (1991) je studentkou oboru Teorie a dějiny filmu a audiovizuální kultury na FF MU, zabývá se novými televizními formáty a žánry. Současně pracuje jako dramaturg v České televizi. (Adresa: katerina.sardicka@gmail.com).

Citované pořady

100 Greatest Britons (BBC, 2002), *1900 House* (Channel 4, 1999), *Big Brother* (Tien, 1999), *Big Brother* (TV Nova, 2005), *Blood, Sweat and Luxuries* (BBC Three, 2010), *Blood, Sweat and Takeaway* (BBC Three, 2009), *Blood, Sweat and T-shirts* (BBC Three, 2008), *Cash Cab* (ITV, 2005), *Česko hledá Superstar* (TV Nova, 2004), *Česko Slovensko má talent* (TV Prima, 2010), *Čtyři v tom* (Česká televize, 2013), *Čtyři v tom 2* (Česká televize, 2014), *Čtyři v tom 3* (Česká televize, 2015), *Dovolená v éře páry* (Česká televize, 2018), *Dovolená v Protektorátu* (Česká televize, 2015), *Farmář hledá ženu* (TV Prima, 2010), *Hotel Paradise* (Prima, 2012), *Chcete být milionářem?* (TV Nova, 2000), *Letecké katastrofy* (Mayday, Discovery, 2003), *MasterChef* (TV Nova, 2015), *Navždy svoji* (Česká televize, 2013), *Největší Čech* (Česká televize, 2005), *Neuvěřitelné příběhy* (Amazing Stories, NBC, 1985–1987), *Pop Idol* (ITV, 2001), *Prostřeno!* (TV Prima, 2010), *Ptáčata* (Česká televize, 2010), *Robinsonův ostrov* (TV Nova, 2017), *S kuchařem kolem světa* (Les Nouveaux Explorateurs, Canal+, 2007–2014), *Schwarzwaldhaus 1902* (SWR, 2002), *StarDance... když hvězdy tančí* (Česká televize, 2006), *Strictly Come Dancing* (BBC, 2004), *Taxík* (Česká televize, 2008), *Utajený šéf* (TV Nova, 2018), *Való Világ* (RTL, 2002), *Večerníček* (Česká televize, 1965–), *The Voice Česko Slovensko* (TV Nova, 2012), *Výměna manželek* (TV Nova, 2003), *VyVolení* (TV Prima, 2005), *Wartime Farm* (BBC Two, 2012), *Who Wants to Be a Millionaire?* (ITV, 1999), *X-Diaries* (RTL 2, 2010–2015), *Zlatá mládež* (Česká televize, 2015), *Zlatá mládež 2* (Česká televize, 2018), *Zlatí hoši* (TV Nova, 2010), *Zvláštní znamení touha* (Česká televize, 2015).

SUMMARY

How Public Television Experiments with Reality TV**Kateřina Šardická**

Public service stipulations include the provision of content that informs and educates, helps imagine the nation, enriches the lives and culture of its citizens. Reality TV is one of the most growing, vivid and controversial genres in the contemporary TV broadcasting from popular culture, sports, lifestyle to arts or minorities. It's genealogy comes from documentary films, but today it is considered the bottom of the TV industry when compared to the artistic documentary film. But how has this trend of reality TV impacted on public service broadcasting? This article focuses on Reality TV produced by Czech public service television (Česká televize, hereafter ČT), the biggest (and only one) public services broadcaster in Czech Republic. The article focus on three examples: docusoap, living history a docu-reality. Research for this article is based on author's experience as a dramatist in ČT.

klíčová slova: reality tv, televize, Česká televize, nové formáty, televizní pořady

keywords: reality tv, television, Czech Television, new formats, television programming