



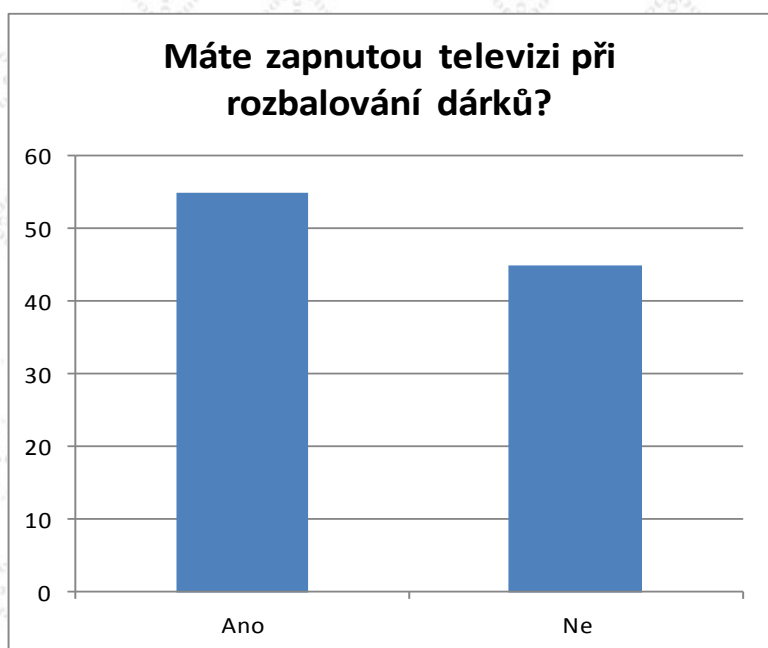
Vánoce

v Česku a v zahraničí

Českou televizi na Štědrý den pravidelně zapíná 7,2 milionu lidí

A kdo vybírá program? Častěji než dřív svěřujeme ovladač dětem

Atraktivní televizní program si každý představuje jinak. Kdo o vánočních svátcích rozhoduje, na co se bude celá rodina dívat? Více než polovina účastníků vánočního průzkumu České televize deklaruje, že na pořadu se musí shodnout rodina společně. Ke kompromisu jsou nejvstřícnější mladí lidé a rodiny s dětmi. Pětina z nich je dokonce ochotna zcela přistoupit na dětmi preferovaný program. V přístupu k přání dětí jsou rovněž benevolentnější ženy než muži.



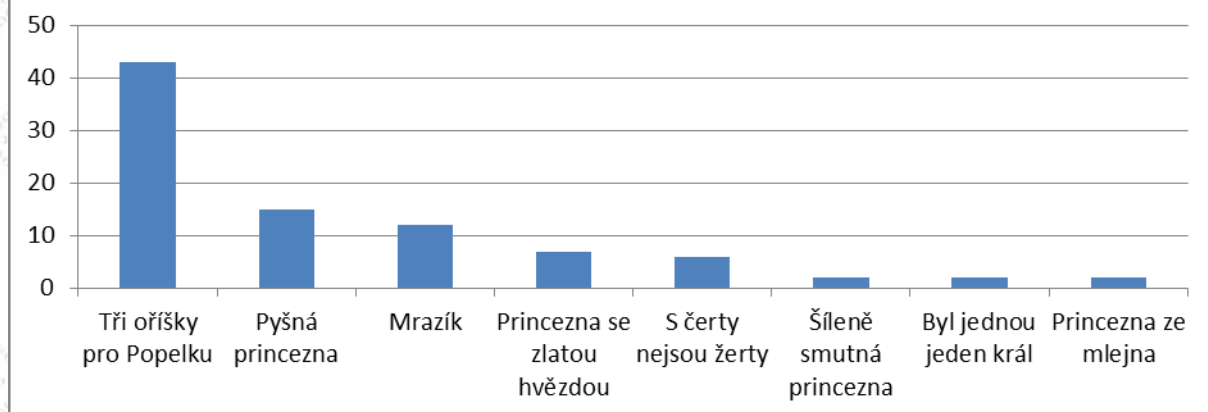
Televize nás na Štědrý den provází nejen přes den, při přípravě štědrovečerní večeře, ale i u ní. U slavnostní večeře si televizi zapne až 40 % domácností. Pětina lidí starších šedesáti let ji má zapnutou vždy, nehledě na program. A ještě více lidí doprovází pohádkový program po večeři. Během rozbalování dárků se na pohádku dívá více než polovina domácností. A pokud pohádku nestihneme? Více než třetina z nás si ji alespoň někdy pustí z archivu iVysílání.

Jaká pohádka v nás budí nostalgii? A koho bychom chtěli vidět v rolích prince a princezny?

S dětstvím si každý spojíme jiný příběh. Pokud se ale zaměříme na ten vánoční, pohádkový, pak si takřka pětáctý procent z nás jako první vybaví legendární Tři oříšky pro Popelku. Ještě před třemi lety to tak ale nebylo. V roce 2014 byly první tři pozice v žebříčku nejvíce ikonických vánočních pohádek obsazeny následovně: na prvním místě stanula Pyšná princezna se 42 % hlasů, hlasovali pro ni především lidé starší 45 let. Druhé místo obsadila Princezna se zlatou hvězdou (31 %) a až za nimi byly Tři oříšky pro Popelku (27 %).

Oblíbenost pohádky z dětství podle letošních výsledků výrazně ovlivňuje náš věk, jako první si totiž většina z nás vzpomene právě na tu pohádku, u které jsme vyrůstali. Není proto s podivem, že generace babiček a dědeček i letos spojila své hlasy a na druhou a třetí příčku vynesla Pyšnou princeznu a Princeznu se zlatou hvězdou. Věkem mladší diváci pak kromě Tří oříšků vzpomínají na S čerty nejsou žerty nebo Princeznu ze mlejna.

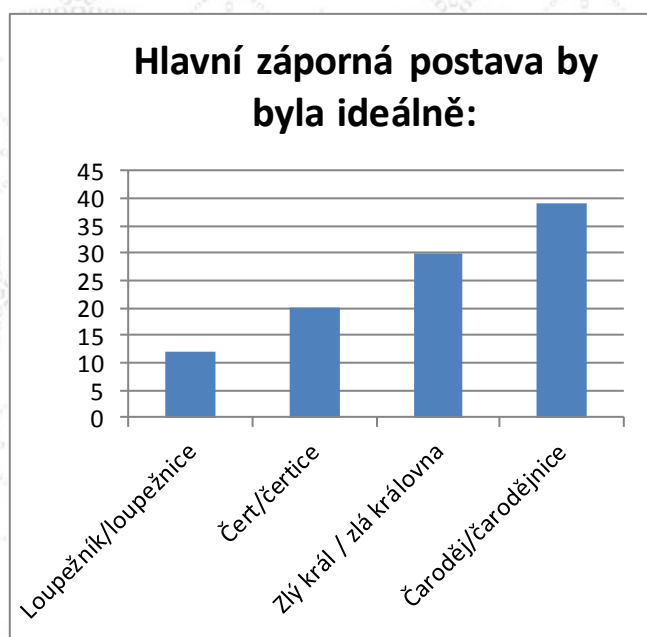
Kterou vánoční pohádku máte nejvíce spojenou s dětstvím?



Tomáš Klus, Pavel Trávníček a Vojta Dyk – to jsou favorité Čechů na roli pohádkového prince. U žen přitom o něco více zabodovali Tomáš Klus s Vojtou Dykem. Nejmladší věková skupina diváků vynesla na pomyslné čtvrté místo Jiřího Mádla. Letos sice získal až „bramborovou medaili“, ještě před třemi lety však s přehledem vyhrál v kategorii nejoblíbenější mužské postavy, a to s čertem Zápřtkem, jehož ztvárnil ve vánoční pohádce Lásky rohatá.

Při výběru herečky pro roli princezny se dotazovaní shodli a na první příčku jednoznačným způsobem vynesli Libuši Šafránkovou. Zejména mladší diváci pomohli ke druhému místu Tereze Voříškové, která se v roce 2014, tehdy společně s Jirkou Mádlem, stala součástí nejhezčího štědrovečerního páru. Bylo to díky pohádce Peklo s princeznou, na první příčku je tehdy zvolila pětina respondentů.

V ideální pohádce nejsou princové ani princezny a nad svaly a krásou vítězí chytrost

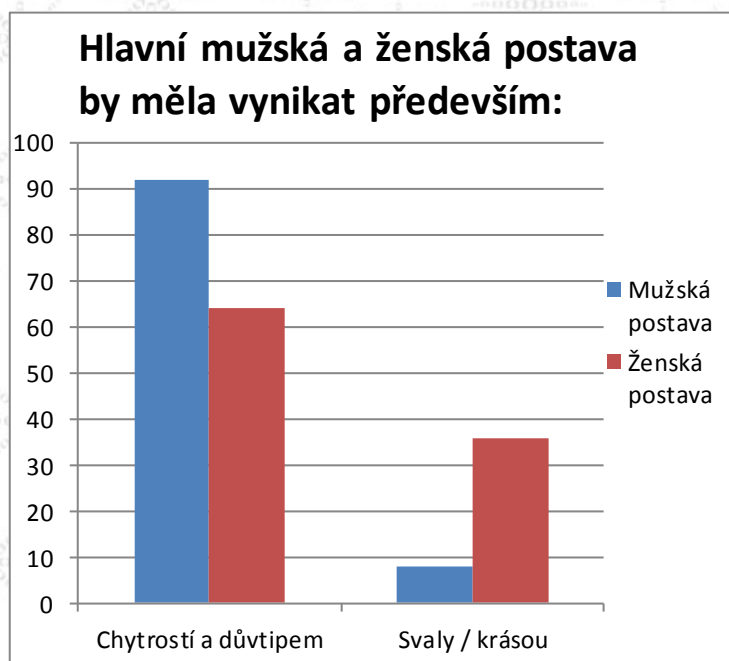


Princeznám, loupežníkům a čertům už zřejmě odzvonilo. V ideální pohádce by si totiž více než dvě třetiny diváků přály v hlavní roli raději obyčejnou dívku než princeznu a obyčejného chlapce než prince. Ženy by o postavu prince sice stály o něco více než muži, i tak se však ve více než šedesáti procentech shodly, že do ideální pohádky by patřil spíše neurozený mužský hrdina. Hrdinové z řad prostého lidu by navíc se silami zla měli bojovat za pomoci inteligence a důvtipu a zapomenout na magii a kouzla.

Zájem je převážně o příběhy, které by se odehrávaly v létě (61 %) a jednoznačně, téměř sto procentně, venku místo v kulisách postavených v televizním studiu. Zápletky o princích a

princeznách nás sice bavit přestaly, ostatní pohádkové postavy však zůstat mohou. Pětina respondentů by v roli hlavní záporné postavy ráda viděla čerta, necelá třetina

zlého krále nebo královnu a téměř 40 % čaroděje nebo čarodějnic. Propadli ale loupežník a loupežnice.



Hlavní mužská i ženská postava ideální pohádky by měla vynikat především chytrostí; fyzická kondice a krása mužů jsou důležité jen pro 8 % dotazovaných. U ženské postavy je duel mezi chytrostí a krásou o něco vyváženější, inteligenci preferuje 64 % dotazovaných. Až 46 % mužů by mělo raději ženskou postavu, která by disponovala spíše krásnou tváří než bystrým mozkem, 73 % žen je však pro inteligentní hlavní hrdinku a vzhled pro ně natolik podstatný není. Tito hrdinové, kteří jsou řízeni svým intelektem, by měli zlo samozřejmě porazit díky své chytrosti: myslí si to 90 % tázaných.

Dotazovaní se ale shodli na tom, že se jim více zamlouvá klasické pojetí pohádek. Takřka patem dotaz skončil jen u nejmladších lidí do 29 let. Tradiční zpracování pohádek předstihlo to moderní jen o dva procentní body.

Novoroční přípitek: odpočítává ho televize, mobil, nebo hodinky?

Pokud jde o přesnost, nejvíce věříme televizi: slavnostním televizním odpočtem se řídí až 64 % tázaných. A s věkem číslo roste. Tři čtvrtiny lidí, kteří již oslavili šedesáté narozeniny, si připije podle odpočtu v televizi. Mladí se televizí řídí v necelé polovině případů, jedna čtvrtina z nich preferuje při určení konce roku mobilní telefon.



Výzkum na téma vnímání Vánoc a Silvestra realizovala pro Českou televizi v druhé polovině října společnost Nielsen Admosphere.

Vánoce v zahraničních televizích

Milan Kruml, Česká televize

Vánoce jsou především svátkem rituálů. A neexistuje žádný důvod, proč by tomu mělo být právě v televizi jinak. Programová skladba o vánočních svátcích (a ve dnech které jim bezprostředně předcházejí) je v řadě zemí už po léta stejná. Někde mohou diváci počítat s nasazením tradičních filmových titulů, jinde jsou tyto svátky spojeny s premiérami původních televizních filmů či speciálních vydání oblíbených pořadů.

Tak například v sousedním Německu patří už po léta k vánoční „výbavě“ pohádka Tři oříšky pro Popelku na ARD (tu pravidelně vysílají například i v Norsku), zvláštní epizody romanticko-rodinného cyklu *Loď snů* na ZDF, filmy o císařovně Sisi (Sat.1) nebo akční klasika *Smrtonosná past* na RTL. Premiérové pohádky v takovém množství, jak jsme tomu zvyklí u nás, v Německu ani v dalších zemích nenajdeme. Namísto toho se mohou diváci těšit na premiéry romantických filmů, komedií či rodinou podívanou, jakou byly například v loňském roce tři nové přepisy románů Karla Meye.

Britští diváci jsou zase zvyklí na početné vánoční speciály oblíbených seriálů a zábavných pořadů, včetně *Strictly Come Dancing* (*Star Dance*). Na BBC nesmí chybět vánoční epizoda sci-fi série *Doctor Who* stejně jako speciály klasických i nových sitcomů, už několik let k nim patří nové epizody oblíbené komedie *Mrs. Brown's Boys*. Kromě toho se na prvním programu britské televize veřejné služby staly v posledních letech tradicí premiéry televizních minisérií podle knih Agathy Christie. Konkurenční ITV, Channel 4 či Channel 5 nabízejí kromě speciálů svých seriálů i vánoční verze oblíbených zábavných pořadů a diváci placené televize se zase mohou těšit na vánoční kolo fotbalové *Premiere League*.

Americké stanice sázejí na vánoční filmy, jako jsou třeba *Život je krásný* z roku 1946, *Sám doma*, *Rolničky*, kam se podíváš nebo *Zázrak v New Yorku*, ale také na množství speciálů, včetně živě vysílaného vánočního koncertu z Washingtonu. Cyklické zábavné pořady mají svá vánoční vydání (třeba *Saturday Night Live*), nechybí ani nejpoblárnější televizní podívaná – zápasy v americkém fotbale.

Návštěva ve varieté a v cirkuse, s účastí nejznámějších hvězd showbyznysu, patří už po léta k tradiční nabídce francouzských televizí (najdeme je ale i v dalších zemích – v Německu, Itálii či Španělsku), vedle nich se pak diváci mohou těšit na klasické domácí i zahraniční snímky jako je i u nás známý *Zem, odkud přicházím*.

Obecně lze konstatovat, že v řadě zemí je vánoční televizní nabídka rozpolcená mezi pop kulturní fenomén Vánoce (připomínaný velkým množstvím vánočních filmů ze Spojených států a vánočními speciály některých show) a tradici, spojenou s křesťanskými či židovskými rituály. Dobrým příkladem může být třeba Brazílie. Tradičně tu především děti dostávaly dárky na Tři krále. V některých rodinách sice tato tradice trvá, ale v mnoha dalších převzali rodiče i děti představu o Vánocích spojených se Santa Clausem (*Papai Noel*) a obdarovávají se 25. prosince. Nermalou zásluhu na tom mají právě média a z nich na prvním místě televize, která potřebuje „americké“ či lépe řečeno „univerzální“ Vánoce zejména proto, že na nich vydělává obrovské peníze díky reklamním spotům.

I ty nejkomerčnější stanice však věnují poměrně dost vysílacího času přenosům či záznamům mší, přičemž největší zájem je o tradiční půlnoční bohoslužbu z Vatikánu (vysílanou ze záznamu). Brazílská televize ale nabízí divákům i další tradiční podívanou – a sice přilet Santa Clause do země. To se děje v polovině prosince na různých místech ve velkých městech (v Riu na stadionu Maracana). Brazílský Santa totiž nepoužívá jako dopravní prostředek sáně tažené soby, ale helikoptéru.

Trochu jiná vánoční podívaná čeká na diváky v Japonsku. Vánoce tu pojmají jako romantický svátek, který mají partneři prožít spolu tím nejhezčím způsobem a navíc pro sebe navzájem připravit romantické a překvapivé dárky. Ve vánočním období vysílají japonské televizní stanice řadu seznamovacích pořadů, zaměřených zejména na mladé diváky. Tím se přidávají k všeobecně převažujícímu mínění, že na vánoce musí mít každý partnera či partnerku a pokud nemá, je to něco, za co by se měl stydět, a upadnou do depresivního stavu. I to je důvod, proč podle sociologů v první polovině prosince vydávají Japonci nejvíce peněz na dárky pro partnery a proč v tomto období prožívají seznamovací kanceláře nejlepší sezónu za celý rok. Zatímco v období před svátky nasazují stanice nejrůznější seznamovací formáty, často nakoupené v zahraničí, a podílejí se na organizaci nejrůznějších akcí určených k vzájemnému poznání lidí bez stálého partnera, vánoční obrazovka (kdy už mají být diváci v nějakém partnerském vztahu) je ve znamení romantických příběhů a to jak v hrané podobě, tak i jako různé formáty reality TV.

Ve vánoční televizní nabídce se ve většině zemí spojuje tradice s prestiží. Vedle pořadů, které se vysílají rok co rok, připravují televize řadu premiér, sázejí ale i na eventy a zábavu. Ta v posledních letech výrazně posílila – přibýlo i kontaktních, živě vysílaných pořadů, své pevné místo mají v nabídce osobnostní talkshow, jako je u nás Všechnopárty.



Tiskové oddělení
tel.: 261 133 405
e-mail: pressct@ceskatelevize.cz
www.ceskatelevize.cz
© Česká televize 2017