



MEDIÁLNÍ A KOMUNIKAČNÍ ANALÝZY

Téma: ANALÝZA MEDIÁLNÍHO PRODUKTU

Renáta Pavlíčková



MEDIÁLNÍ PRODUKT

Mediální produkt: televizní reklama StarDance.

Cíl analýzy: analyzovat mediální obsah televizní reklamy pořadu StarDance.

Metodika: deskripce, sémiotická analýza.

Odkazy na video:

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/12701251153-stardance-xi-kdyz-hvezdy-tanci/bonus/41436-upoutavka/>

https://www.youtube.com/watch?v=d_62mf0zZb8





Sémiotická analýza mediálního produktu

- **Mediální produkt:** StarDance XI kampaň 2021 (trailer/upoutávka na XI řadu StarDance, která na ČT1 začala 16. 10. 2021).
- **Odkaz:** <https://www.ceskatelevize.cz/porady/12701251153-stardance-xi-kdyz-hvezdy-tanci/bonus/41436-upoutavka/>
- **Cíl upoutávky:** prezentovat všechny taneční páry XI. řady StarDance a upozornit diváky na blížící se termín jejího zahájení.
- **Médium:** audiovizuální médium – TV.
- **Zadavatel:** Česká televize.
- **Doplňující komentář k upoutávce:** „Podívejte se, jaké páry budou tančit v nové řady StarDance XI! StarDance XI začíná 16. října na ČT1.“
- **Datum zveřejnění:** 8. 10. 2021.



Charakteristika celostátního média

- **Česká televize (ČT)** je veřejnoprávní instituce provozující televizní vysílání celoplošně na území Česka.
- **Zřízena:** ke dni 1. 1. 1992.
- **Vysílání:** 7 televizních programů - plnoformátové ČT1 a ČT2, ČT3, zpravodajský ČT24, sportovní ČT sport, dětský ČT :D a kulturní ČT art.

Obrázek 1: Logo České televize



Zdroj: Česká televize, <https://www.ceskatelevize.cz/> (data k 9. 11. 2021).



Charakteristika pořadu StarDance

- **StarDance:** je česká televizní taneční show, která se na obrazovkách České televize poprvé objevila v roce 2006.
- **Formát:** taneční show.
- **Země původu:** Česko.
- **Hudba:** Moondance Orchestra Martina Kumžáka.
- **Počet řad:** 11.
- **Počet dílů:** 98.
- **Obvyklá délka pořadu:** 60-120 minut.
- **Prémiové vysílání:** stanice ČT1.
- **Princip soutěže:** soutěžní taneční páry (ve složení osobnosti a profesionálního tanečníka) bojují svými tanci o co nejlepší bodové hodnocení poroty a hlasy diváků. Nejslabší pár kolo soutěže opouští, pokračuje se, dokud nezůstane pár vítězný.





Sémiotická analýza mediálního produktu (I.)

- **Délka reklamy (stopáž):** 1:00 min.
- **Počet zhlédnutí (Youtube):** 21 267.
- **Žánr:** soutěžní pořad.
- **Formát:** taneční show.
- **Postavy v reklamě** (personifikovaná reklama): 32 (2 moderátoři, 10 mediálně známých osobností, 10 profesionálních tanečníků).
- **Hlavní postavy reklamy:** Tereza Kostková + Marek Eben.
- **Hlas v reklamě:** Marek Eben.
- **Mluvený text:** „StarDance. Od 16. října na jedničce.“
- **Počet sekvencí audiovizuálního sdělení:** 20.





Sémiotická analýza mediálního produktu (II.)

- **Umístění:** (kde to bylo?) „děj“ se odehrává v hodinářství a ve strojku stopek, kde soutěžní páry tančí.
- **Načasování:** (kdy to bylo?) před zahájením televizního pořadu (říjen 2021).
- **Logo:** upoutávka nese logo iVysílání České televize a logo StarDance XI.
- **Spojení se značkou:** StarDance, Česká televize, iVysílání České televize.
- **Příběh reklamního spotu:** ve skutečném hodinářství pár objevil taneční show odehrávající se ve strojku kapesních hodinek.
- **Mediální sdělení:** pojdte si odpočinout, pojdte se bavit, pojdte sledovat XI řadu StarDance na ČT1, moderátoři i taneční páry jsou připraveni a čekají na vás.



Sémiotická analýza mediálního produktu (III.)

Kategorie v rámci technických kódů:

- kompozice záběru,
- záběr kamery,
- úhel záběru,
- délka záběru a střih.



Sémiotická analýza mediálního produktu (IV.)

Kategorie v rámci symbolických nástrojů:

- **obraz:** ostrý a jasný obraz, místy lehce kouřový, v závěru spotu přesvícený,
- **scény:** rychlé střídání, vše v pohybu, absence statických obrazů,
- **světlo:** jasné světlo, lesk,
- **barvy:** zlatá (dominantní), černá, stříbrná, bledě modrá, červená, bílá, růžová,
- **zvuk:** hlasitá taneční hudba, znělka pořadu StarDance,
- **hudba:** Moondance Orchestra Martina Kumžáka.



Sémiotická analýza mediálního produktu (V.)

Kategorie v rámci symbolických nástrojů:

- **tváře značky:** moderátoři (evokují profesionalitu, stabilitu, jistotu, úroveň, slušnost, pokoru, noblesu),
- **ikony:** Tereza Kostková, Marek Eben, Tatiana Drexler, Zdeněk Chlopčík, Jan Tománek, Richard Genzer,
- **znaky (markery)** – sociální kontakt, tanec, pohyb, radost, zábava, přátelství, sociální empatie (Paraple), noblesa, taneční kostýmy,
- **symboly:** logo iVysílání, hodinářství/budík/stopky/hodiny (čas), taneční páry, taneční boty, logo StarDance,
- **rekvizity** – budík, stopky, hodinový strojek, ozubená kolečka, kyvadlo, taneční boty, třpytky.





Symbols – logo a slogan

Obrázek 2: **Logo** XI. řady StarDance



Zdroj: Česká televize, <https://www.ceskatelevize.cz/porady/12701251153-stardance-xi-kdyz-hvezdy-tanci/13429-fotogalerie/> (data k 9. 11. 2021).

Slogan: StarDance ...když hvězdy tančí

Ikony

Obrázek 3: Moderátorský pár StarDance Marek Eben a Tereza Kostková



Zdroj: Česká televize, <https://www.ceskatelevize.cz/porady/12701251153-stardance-xi-kdyz-hvezdy-tanci/> (data k 9. 11. 2021).

Ikony

Obrázek 4: Porota XI. řady StarDance



Zdroj: Česká televize, <https://www.ceskatelevize.cz/porady/12701251153-stardance-xi-kdyz-hvezdy-tanci/13523-porota/> (data k 10. 11. 2021).

Symbol

Obrázek 5: Pánské taneční boty na standardní tance



Zdroj: Heller Dance, <https://www.hellerdance.cz/eshop/p/h-dance-h4012-standardni-obuv-panska-28723/> (data k 10. 11. 2021).



ZÁVĚREM

- zajímavosti ze StarDance,
- vlastní názor,
- závěrečná doporučení pro zlepšení reklamy,
- zdroje,
- dotazy.





Děkuji za pozornost