

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2011 – 2013

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Michal Kraus

**Specifické TV žánry a jejich vývoj
(Talk show, Variety show, Sitcom)**

Praha 2013

Vedoucí diplomové práce:

PhDr. Soňa Štroblová

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER FULL-TIME STUDIES

2011 - 2013

DIPLOMA THESIS

Michal Kraus

**Specific TV Genres and Their Development
(Talk show, Variety show, Sitcom)**

Prague 2013

The Diploma Thesis Work Supervisor:
PhDr. Soňa Štroblová

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 3. ledna 2013

Michal Kraus

Vlastnoruční podpis

Poděkování

Chtěl bych poděkovat vedoucí mé diplomové práce PhDr. Soně Štroblové za její trpělivost, rady a podporu, bez nichž by tato práce nejspíše nikdy nevznikla.

Anotace

Diplomová práce se zabývá postupným vývojem specifických televizních žánrů talk show, variety show a sitcom z několika úhlů pohledu. Kromě obecného historického hlediska nahlíží na vývoj žánrů v televizním prostředí České republiky a zároveň přináší srovnání s moderním asijským formátem, reprezentovaným současnou podobou žánrů v Jižní Koreji.

Klíčové pojmy

Asie, Česká republika, diplomové práce, Jižní Korea, rozhlas, sitcom, situační komedie, talk show, televize, variety show, vaudeville, zábava.

Annotation

The diploma thesis deals with the development of talk show, variety show and sitcom as specific television genres from several perspectives. Aside from the main historical evolution, it also describes development of the aforementioned genres in the specific television environment of Czech Republic and provides insight into the differences in grasping the genres in modern parts of Asia on the example of South Korea.

Key words

Asia, Czech Republic, diploma theses, entertainment, radio, sitcom, situational comedy, South Korea, talk show, television, variety show, vaudeville.

Obsah

Úvod	8
1 Masové publikum.....	9
1.1 Vývoj publika	9
1.2 Aktivita publika.....	12
1.3 Interaktivita a nová média	13
1.4 Veřejné mínění	15
2 Vznik a vývoj nových TV žánrů	17
2.1 Talk show	17
2.1.1 Ranní show.....	18
2.1.2 Denní show.....	19
2.1.3 Noční show	25
2.2 Variety show	35
2.2.1 Varieté	37
2.2.2 Vaudeville	38
2.2.3 Vývoj variety show	39
2.3 Sitcom.....	48
3 Talk show, variety show a sitcom v ČR.....	58
3.1 Talk show	58
3.2 Variety show	61
3.3 Sitcom.....	63
4 Moderní Jihokorejský formát.....	66
4.1 Korejská vlna	67
4.2 Idolizace	69
4.3 Image celebrit a role veřejnosti	70
4.4 Talk show	73
4.5 Variety show	76
4.6 Sitcom.....	84
Závěr.....	90
Seznam použitých zdrojů	91
Seznam příloh	104

ÚVOD

Příchod televize navždy změnil mediální svět a dal vzniknout několika novým společenskovedním oborům. Jako každé médium, i televize může být využita několika způsoby, mezi nimiž hraje nezanedbatelnou roli zábava. S rozvojem společnosti a samotného média se čím dál více integrovala do každodenního života, a v dnešní době je její vliv silnější než kdy jindy.

Právě tři televizní žánry, které si nejčastěji asociujeme s televizní zábavou, jsou předmětem mého zkoumání. Cílem této práce je popsat vývoj žánrů talk show, variety show a sitcomu, tedy oblastí, jejichž kořeny sahají ještě před vznik média samotného, a porovnat jejich podobu s formátem moderního asijského televizního prostředí. Z důvodu mého dlouhodobého a intenzivního zájmu o tamní kulturu a televizní zábavu jsem zvolil za předmět srovnání Jižní Koreu, která patří v této oblasti mezi nejrozvinutější a nejpopulárnější země celé Asie, a jejíž televizní scéna si v posledních letech získává celosvětovou oblibu,

První kapitola obsahuje přehled o vývoji masového publika jako příjemci mediálních informací a zachycuje jeho proměny v souvislosti s technologickým pokrokem v médiích.

Druhá kapitola pojednává o samotném vývoji talk show, variety show a sitcomu v prostředí jejich vzniku, tedy ve Spojených státech amerických, a ilustruje ho na konkrétních příkladech. Nelze pominout ani vliv médií jako hnacího motoru společenského vývoje.

Třetí kapitola mapuje vývoj a současnou podobu uvedených žánrů ve specifickém prostředí České republiky, které se v mnohém inspiruje svým americkým předchůdcem, s různou mírou úspěšnosti.

Čtvrtá kapitola v úvodu přibližuje fenomén šíření jihokorejské kultury do ostatních částí světa. Zároveň nabízí pohled na úzkou provázanost televizní a hudební scény, vliv a aktivitu veřejnosti a také na vybrané odlišnosti vůči západnímu prostředí, se kterými je nutné se obeznámit, chceme-li lépe proniknout do tamní produkce v oblasti televizní zábavy. Přibližuje moderní podobu žánrů talk show, variety show a sitcomu v často přehlíženém regionu jihovýchodní Asie, čímž nejen podněcuje čtenářovu zvědavost, ale také dává možnost pohlédnout na známé žánry z nového úhlu, a tak odstranit stereotypy a předsudky, které se mohou vázat buď k samotným žánrům, nebo k asijskému prostředí jako takovému.

1 MASOVÉ PUBLIKUM

Ve vztahu k médiím existuje několik způsobů, jak nahlížet na publikum jako na množinu příjemců mediovaného obsahu. Každý z těchto způsobů operuje s jinými pojmy, které odlišují jedno pojetí od druhého. Jelikož každé médium působí na příjemce jinak, tak i každý způsob nahlížení vyzdvihuje specifické znaky „svého“ publika, ať se jedná o čtenáře, posluchače či diváky.

Masová média nejsou v tomto ohledu výjimkou. Během svého rozvoje si vybuodovala svá vlastní publika. Přestože mezi těmito jednotlivými publiky lze nalézt odlišnosti (v závislosti na typu preferovaného média), obecně lze o všech těchto podmnožinách hovořit jako o „masovém publiku“.

Definice samotných masových médií do jisté míry naznačuje i způsob, jakým je nahlíženo právě na masové publikum. Masová média lze považovat za společensky a historicky podmíněné formy komunikace, mezi jejichž charakteristické znaky patří to, že:

- díky technickým, organizačním a distribučním možnostem jsou teoreticky dostupné neomezenému množství příjemců
- nabízí obsahy, které mohou být pro publikum z různých důvodů užitečné
- zmíněné obsahy nabízí průběžně nebo pravidelně
- jsou existenčně závislé na svém publiku, resp. na jeho potřebách a požadavcích.¹

1.1 Vývoj publika

Počátky publika jako shromáždění jednotlivců, soustředících svou pozornost k jednomu konkrétnímu zdroji, sahají mnohem dále před vznik médií tak, jak je známe dnes. Svůj původ mají úzce spjat s rozvojem antického divadla, které lze považovat za první veřejný kulturní projev orientovaný na široké masy. Už předtím byla častým jevem veřejná vystoupení řečníků či filosofů, ale často se jednalo o spontánní akce pro menší skupiny. Právě divadlo ale vtisklo svým návštěvníkům některé z hlavních charakteristických rysů, které si publikum zachovalo do dnešních dnů.

K takovým patří:

¹ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 21. ISBN 978-80-7367-466-3.

- jednota místa – publikum muselo být soustředěno přímo na místě dění.
- organizace – obsah, který je publiku sdělován, byl přenášen v předem stanovenou dobu a na předem určeném místě
- dostupnost – jelikož je obsah určený široké veřejnosti, nacházelo se divadlo na dobře přístupném místě
- účelnost – publikum představení sleduje z nějakého konkrétního důvodu, tj. pobavit se nebo se dozvědět něco nového.²

I v současné době jsou tyto prvky do jisté míry zachovány, navzdory ohromnému pokroku, kterým lidstvo od té doby prošlo. Čím dál více však přestávají být dominantní, a tak si udržují význam jen pro stále se zmenšující minoritu diváků. Zmíněný technologický pokrok totiž přinesl alternativní pojetí celého pojmu „publikum“. Již není více vázáno místem konání, dnes je možno přenášet obsahy i z míst, kam není pro diváka možné se fyzicky dostat. Organizační složku sice nelze v některých případech zcela nahradit, avšak jako signál jejího potlačení lze vnímat užívání předtočených obsahů, které jsou následně publiku prezentovány v libovolný čas. Tím se přenáší důraz z původního pojetí publika (fyzicky přítomného na místě dění, příp. interagujícího s původci obsahu a vykazujícího některé jevy specifické pro interpersonální komunikaci) na to nové (rozptýlené, anonymní a nevázané místem a časem).

Prvním milníkem, který zahájil odklon od tradičních hodnot publika, byl vynález knihtisku, který odstranil nejdůležitější předpoklad jednoty místa a času. Nyní bylo možné knihy tisknout mechanicky a rychleji. To postupně snižovalo jejich prestiž (dosud byl přepis knih velice náročnou ruční záležitostí, prováděnou výhradně mnichy v kláštorech) a zpřístupnilo je veřejnosti. Díky postupnému rozvoji tohoto trendu tak bylo možné knihy kupovat a skladovat dle přání každého jedince. Jednalo se ale o velmi pomalý proces, a samotný knihtisk byl hojně využíván spíše k tisknutí nejrůznějších letáků, pamfletů a církevních odpustků, než k masové distribuci knih: *„I když knihtisk je nepochybně jedním z klíčových faktorů modernizačního procesu, podíl knih na rozvoji čtenářské obce bývá především pro první období po vynálezu knihtisku často přeceňován. Nebere se přitom v úvahu omezená výše nákladů, ani skutečnost, že tištěné knihy byly dlouho drahé, a jejich dostupnost tudíž byla malá. Dalším důvodem častého nadhodnocování významu knih, je pojmová nejednotnost a sklon*

² JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 87-88. ISBN 978-80-7367-287-4.

spojovat většinu prvotní tiskařské produkce s výrobou produkce ‚knih‘, ačkoli často šlo spíše o jednotlivé drobné tisky nebo letáky, které jako první tiskoviny měly předpoklady pro utváření početného publika a vznik předchůdce ‚masového trhu‘, který v některých ohledech připomínal současný novinový trh.“³ Kromě toho ale knihtisk přispěl k proměně publika ještě jinak. Na rozdíl od divadelního představení, které bylo teoreticky přístupné všem, knihy byly určeny jen pro specifickou část veřejnosti, čímž došlo k první segmentaci.

Vzniklo nové pojetí publika, „čtenářstvo“, které se oproti obecnému publiku vyznačuje specifickými znaky. Nejpodstatnějším je schopnost čtení, která v době rozvoje knihtisku a následujících desetiletí byla jen výsadou vzdělanějších jedinců, druhotným znakem je zájem o konkrétní oblast či obor, které se kniha věnuje. Během dalšího vývoje ale i čtenářstvo ztratilo svou exkluzivitu, resp. důsledkem společenského vývoje nastaly rovnější podmínky, které umožnily širší přístup k literatuře všeho druhu: „*Raná podoba čtenářského publika ovšem brzy zastarala díky řadě proměn technologie a společnosti. Docházelo k velkému růstu městské populace, zlepšovaly se pozemní komunikace a vzrůstala gramotnost. To vše, spolu s dalšími společenskými a ekonomickými změnami proměnilo koncem devatenáctého století poměrně malý svět knih a periodické produkce v rozsáhlé průmyslové odvětví sloužící milionům lidí. Tento mediální průmysl se snažil získávat a formovat publika podle svých vlastních plánů a zájmů. „Publikum“ začalo být nejen množinou lidí určenou svými preferencemi a sociálně-ekonomickým postavením, ale také „platící veřejností“ – novým spotřebitelským trhem.*“⁴

Již zde se začínají rýsovat první podoby mediálního publika, jak ho známe dnes. Od 17. století se objevují periodické noviny a časopisy, dostupné široké veřejnosti, jejichž obsah byl mnohdy zprostředkovaně šířen mezi čtenáři samotnými. 17. a 18. stol. v Evropě se neslo ve znamení politických a hospodářských konfliktů, během kterých se ustanovila střední vrstva jako politický subjekt a rostla společenská role veřejnosti jako kriticky uvažujícího pozorovatele. S příchodem rozhlasu nastala další segmentace publika a vznikl nový pojem, posluchačstvo, se svými vlastními

³ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 89. ISBN 978-80-7367-287-4.

⁴ MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 317. ISBN 978-80-7367-574-5.

charakteristickými rysy. Rovněž byla posílena rozptýlenost a anonymita publika. Rozhlas později přinesl do mediálních obsahů teoreticky neomezenou možnost zpětné vazby v reálném čase, která byla dále posílena s příchodem televize a jejího publika. V prostředí nových médií dokonce tato interaktivita tvoří jeden ze základních pilířů jejich existence.

1.2 Aktivita publika

Postupně rostoucí míra participace publika v oblasti médií signalizuje vývoj v rolích, které publikum zastávalo. Na počátku bylo publikum pasivní, tedy takové, které bylo výhradně recipientem v procesu jednostranné komunikace, bylo médii snadno ovlivnitelné a jeho chování šlo snadno předvídat na základě jednoduchého modelu podnět → reakce.⁵

Postupem času se média stávala čím dál neoddělitelnější částí lidských životů, s čímž nevyhnutelně přišla i větší otevřenost širokému publiku. Důsledkem takové integrace médií byl zrod aktivního publika, tedy publika, které si je vědomé role a síly médií, využívá je k získávání informací, ale zároveň se jimi nenechá tak snadno ovlivnit. Aktivní publikum je racionální, schopné samostatného výkladu mediálních obsahů a je vnímáno jako množina jednotlivých diváků, nikoli jako anonymní masa.

Rovněž se vyznačuje několika charakteristickými vzorci chování, které sumarizoval Frank Arthur Biocca:

- **Selektivita** – Publikum si samo vybírá, které mediální obsahy bude sledovat, a které naopak nepovažuje za důležité. Ani vybraná sdělení ale nejsou vnímána stejnou měrou. Každému je věnována selektivní pozornost, která se může lišit na základě např. momentálního rozpoložení diváka, ale i dlouhodobějších faktorů, jako jsou zájmy, vzdělání, sociální role a další
- **Prospěch** – Konzumace mediálních obsahů je u aktivního diváka vlastní iniciativou, nejčastěji plynoucí z touhy či potřeby naplnit nějakou ze svých potřeb, čemuž odpovídá i volba konkrétního obsahu
- **Záměrnost** – Záměrné vyhledávání mediálních obsahů pokračuje jejich zpracováním. To se odehrává podle specifických schémat, která jsou ovlivněna pamětí, osobností a motivací diváka. Na základě těchto faktorů

⁵ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 220. ISBN 978-80-7367-466-3.

dochází k takovému zpracování informací, které podporuje divákovu představu o okolním světě

- Kritičnost – Aktivní divák informace z mediálních obsahů nejen přijímá, ale umí je zařadit do širšího kontextu, přiřadit jim důležitost, vyvodit z nich nevyřčené závěry a provádět další mentální operace. Toto kritické smýšlení není podmíněno konkrétnímu typu obsahů, ale vztahuje se na veškerou interakci s médii
- Odolnost vůči vlivu – Na základě kritického přístupu k mediovaným obsahům a analýze jejich struktury může aktivní divák účinně odhalit přesvědčovací techniky a ubránit se jim.⁶

1.3 Interaktivita a nová média

Stejně jako samotné publikum, i tento fenomén má své spontánní počátky v antickém divadle, kde mohli herci přímo oslovit samotné publikum, čímž došlo k proboření tzv. „čtvrté zdi“. Koncept čtvrté zdi je často aplikován i na televizní prostředí – vychází z pojetí, podle kterého se vyobrazovaná scéna odehrává v samostatném prostoru, vymezeném třemi zdmi (= třemi rozměry). Divák součástí tohoto prostoru není, na celou situaci nahlíží „zvenčí“, neboli přes čtvrtou zeď. Zboření čtvrté zdi je nejčastěji motivováno snahou překvapit či zaskočit publikum, a tak si získat jeho pozornost. V divadle se ale spíše jedná o výjimečný jev, ve kterém se navíc nepočítá se skutečnou aktivitou oslovených, nejčastěji má formu monologu, kterým herec pouze naznačí, že si je vědom přítomnosti publika.

Skutečnou interaktivitu nabídl v pokročilé fázi svého vývoje až rozhlas, následován televizí. V rozhlasu je interaktivita nejčastěji zastoupena účastí v soutěžích, kdy posluchači mají možnost volat přímo do studia během živého vysílání. Televize jako audiovizuální médium může jít ještě dále. Umožňuje obyčejným divákům stanout přímo před televizní kamerou a svým vlastním jednáním přímo utvářet podobu konkrétního mediálního obsahu.

Ale až Internet a rozvoj nových médií se v mediální oblasti stal synonymem ke slovu „interaktivita“. *„Jsme právě uprostřed revoluce nových médií. Všechny formy kultury, od produkce, přes distribuci až ke komunikaci, jsou zprostředkovávány*

⁶ BIOCCA, F. A. Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. In: ANDERSON, J. A. *Communication Yearbook 11*. New York: Routledge, 2012, s. 53-54. ISBN 978-0-203-85619-2.

počítačem. Tato nová revoluce má výrazně větší dopad než revoluce předešlé. Je přece pravda, že knihtisk ovlivnil pouze jednu úroveň kulturní komunikace, totiž mediální distribuci. Stejně tak vynález fotografie zasáhl pouze nepohyblivé obrazy. Revoluce počítačových médií ale naopak působí na všech úrovních komunikace a zahrnuje jak akvizici, tak manipulaci, uchovávání a distribuci. Samozřejmě ovlivňuje rovněž všechny typy médií: texty, pohyblivé a statické obrazy, zvuky i prostorové konstrukce.“⁷

Internet umožňuje zprostředkování jakékoli informace z jakéhokoli časového období, proto o něm lze hovořit jako o „vstupní bráně“ do světa informací. Shromažďuje na jednom místě vše, čím si média během svého vývoje prošla, navíc bez překážek reálného světa. Proto oslovuje všechny vrstvy publika – s tím souvisí i možnost Internetu kombinovat nejrůznější aspekty jednotlivých publik a tak je transformovat.

Jako příklad si představme libovolný článek. V prvotním okamžiku se chováme jako čtenáři - přistupujeme k obsahu jako ke každému jinému psanému textu. Článek ovšem může být doprovázen korespondujícím videozáznamem, jehož se stáváme diváky. Po vyhodnocení získaných informací máme možnost se k samotnému obsahu kriticky vyjádřit, srovnat své názory s ostatními lidmi, příp. jako reakci vytvořit svůj vlastní obsah, který následně budou stejným způsobem zpracovávat ostatní.

V souvislosti s rozvojem médií se používají pojmy jako „fragmentace publika a mediálního prostředí“, který odráží technologický vývoj médií, který se projevuje příchodem nejrůznějších nových platforem, které fungují jako zprostředkovatelé mediálních obsahů, např. „chytré“ mobilní telefony, tablety apod. Související pojem „autonomie publika“ popisuje, jak právě zmíněná fragmentace divákům dává stále větší míru kontroly nad konzumací mediálních obsahů a zároveň jim poskytuje prostor stát se přímo i jejich tvůrci.⁸

⁷ MANOVICH, L. *The Language of New Media*. [online]. [cit. 2013-01-28]. Dostupné z: <http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>

⁸ NAPOLI, P. M. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. 1st ed. New York: Columbia University Press, 2011, s. 5-8. ISBN 978-0-231-15035-4.

1.4 Veřejné mínění

Veřejné mínění je považováno za jeden ze základních nástrojů demokratické společnosti. Přestože jsme si výše uvedli, že ustanovení širší veřejnosti jako politického subjektu datujeme do období 17. a 18. století, projevy veřejného mínění lze vysledovat už mnohem dříve, ačkoli nelze jednoznačně vymezit jeho počátek. Veřejné mínění lze definovat jako soubor převládajících názorů, postojů a hodnot v konkrétní otázce.⁹

Zcela logicky a oprávněně lze předpokládat, že média (díky své orientaci na co nejširší publikum) budou nějakým způsobem ovlivňovat názory a postoje diváků, a v některých případech je budou dokonce sama aktivně utvářet.¹⁰

Nejčastěji je veřejné mínění dáváno do úzké spojitosti s politickou tematikou, zejména pak s volbami, kdy jsou názory specifického vzorku veřejnosti předkládány jako názory celku. Vzhledem k omezením vzájemným se k takovýmto „průzkumům veřejného mínění“ se jedná o velice zavádějící formu manipulace s veřejností prostřednictvím médií. Cílem takového kvantitativního výzkumu je zmonitorovat povrchní názory většího množství respondentů, proto je navržen pro maximální efektivitu, která spočívá v jasném, krátkém a jednoznačném zadání, které nedává respondentovi prostor pro zevrubnější prezentaci svých názorů. Kvalita ustupuje kvantitě, a proto nelze zapomínat na to, že žádný takový průzkum nelze považovat za přesný odraz nálad ve společnosti, jelikož z celé veřejnosti je vybrána jen frakce respondentů, byť její složení odpovídá zastoupení jednotlivých společenských vrstev. Z hlediska rychlosti provedení a souvisejících nákladů se však jedná o jeden z nejdostupnějších způsobů výzkumu veřejného mínění.

Byla to právě politika, která stála u zrodu výzkumu veřejných mínění v takové podobě, jak ho známe dnes. George Gallup v roce 1935 založil *American Institute of Public Opinion* a značnou mírou se podílel na vzniku metodiky výzkumů veřejných mínění. Před prezidentskými volbami roku 1936 (kdy proti sobě stáli kandidáti Franklin D. Roosevelt a Alfred M. Landon) se Gallup svými odvážnými odhady postavil tehdy populárnímu týdeníku *Literary Digest*, který do té doby patřil k nejznámějším

⁹ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 194. ISBN 978-80-7367-466-3.

¹⁰ BENNETT, W. L. The News About Foreign Policy. In: BENNETT, W. L., PALETZ, D. L., eds. *Taken by Storm: The Media, Public Opinion and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. 1st ed. Chicago: University of Chicago Press, 1994, s. 31. ISBN 0-226-04259-6.

periodikům, přinášejícím předvolební statistiky.¹¹ Právě *Literary Digest* na svých stránkách předpovídal jasné vítězství Landonu. Své průzkumy pořádal prostřednictvím pohlednic, distribuovaných čtenářům. Konkrétně v roce 1936 bylo takových pohlednic rozesláno na deset milionů, přičemž odpověděla přibližně čtvrtina oslovených čtenářů.

Samotné volby však dopadly, podle Gallupových odhadů, vítězstvím Franklina D. Roosevelta. Od tohoto okamžiku si *American Institute of Public Opinion* začal budovat jedno z nejsilnějších jmen v oblasti výzkumu veřejného mínění a postupně rozšířil svou působnost na globální úroveň.¹²

Veřejné mínění má ve společnosti často kodifikační charakter. Ustálené názory na specifické otázky se postupně mění v mantry a nepsaná pravidla. Často na ně je odkazováno jako na jediná společensky přijatelná a správná rozhodnutí. Od každého se očekává, že bude sdílet podobný postoj a nebude se hlásit k opačnému proudu. Jako typický příklad ze současné společnosti může posloužit např. otázka charity a s tím souvisejících charitativních organizací. Dlouholetá mediální podpora nejrůznějších aktivit tohoto typu, spolu s podporou celebrit, z nichž mnohé dokonce i zakládaly vlastní nadace a podobné organizace, vedla k upevnění názoru, že podporovat charitu je všeobecně „správné“. Vyjádření názoru, který se neshoduje s většinou, je nahlíženo poměrně kriticky. Mnozí lidé se tudíž tomuto „nepsanému pravidlu“ raději podřídí, a přijmou názor většiny (který je z valné části utvářen médii, která hrají hlavní roli v utváření diváckého pohledu na svět), byť s ním sami nesouhlasí.

Tento fenomén se nazývá „spirála mlčení“ a byl důkladně popsán německou socioložkou Elisabeth Noelle-Neumannovou.¹³ Hnacím motorem tohoto chování je obava z izolace, nezapadnutí do názorové většiny, proto se zastánci menšinových názorů tolik veřejně neprojevují. Samozřejmě se najdou výjimky, odvíjející se od povahy každého konkrétního jedince.

Pokud se tento vzorec chování dovede do extrému, při povrchním pohledu na společnost se bude zdát, že veškeré menšinové názory vymizely a veřejnost tvoří názorově jednotný celek, což je ovšem stav, který je ve skutečnosti velice nepravděpodobný, ne-li přímo nemožný.

¹¹ George Gallup, 1901-1984. In: *Gallup* [online]. [cit. 2013-01-28]. Dostupné z: <http://www.gallup.com/corporate/21364/george-gallup-19011984.aspx>

¹² Tamtéž.

¹³ NOELLE-NEUMANN, E. *The Spiral of Silence: Public Opinion-Our Social Skin*. 2nd ed. University of Chicago Press, 1993, s. 5. ISBN 978-0-226-58936-7.

2 VZNIK A VÝVOJ NOVÝCH TV ŽÁNŘŮ

Stejně jako je televize přímým následovníkem rozhlasu a implementuje v sobě některé jeho aspekty, tak i mnohé televizní žánry jsou pouhou kopií žánrů původně rozhlasových. To se projevilo i na způsobu jejich zpracování a pravděpodobně i na jejich popularitě – mnozí z televizních průkopníků totiž byly osobnosti známé věrným posluchačům z radiových vln.

Jedni ji milují, druzí nenávidí – televize se díky svému všestrannému programovému zaměření během několika posledních dekad stala v očích mnoha odborníků i laiků vhodným obětním beránkem, na kterého lze svést téměř cokoli. Z valné většiny je mnohým jejím žánrům vyčítána odpovědnost za početné negativní aspekty moderní společnosti, mezi které patří např. dětská kriminalita, posouvání etických a morálních hranic člověka, vzrůstající míra obezity apod.¹⁴

Faktem, který mají televizní žánry společný, je jejich poměrně centralizovaný vývoj. Své současné podobě vděčí naprostá většina TV žánrů (ne-li všechny) vývoji, který se odehrával ve Spojených státech amerických. Vývoj v ostatních částech světa měl většinou podobu reakce na americké trendy. USA tak lze bez nadsázky označit za kolébku televize. Velká Británie byla mezi prvními evropskými zeměmi, které se už od 50. let setkávaly s americkými pořady na svých obrazovkách, byť i sama Velká Británie jistou měrou k rozvoji nového média přispěla. Na toto přejímání bylo nejprve nahlíženo s obavami, mnozí se domnívali, že se prostřednictvím televize na britský trh dováží prvky americké kultury, jež jsou implantovány místnímu publiku, což vyvolalo snahy bránit domácí kulturu před takovou „invazí“. Během dalších let byl ale tento pohled překonán díky rozvoji teorií o publiku jako příjemcích, schopných s mediálním obsahem zacházet aktivně a vnímat ho v několika rovinách. V žádném případě ale nelze ignorovat vliv, který americká média na dějiny žánru měla.¹⁵

2.1 Talk show

Talk show je jedním z nejstarších televizních žánrů vůbec, navazující na svou rozhlasovou tradici. Charakteristickým a určujícím rysem žánru je rozhovor moderátora

¹⁴ WASKO, J. Introduction. In: WASKO, J., ed. *A Companion to Television*. 1st ed. West Sussex: Wiley-Blackwell, 2009. s. 4. ISBN 978-1-4051-9877-6.

¹⁵ RIXON, P. *American Television on British Screens: A Story of Cultural Interaction*. 1st ed. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2006, s. 2. ISBN 978-1-4039-4120-6.

a hosta, příp. hostů. Těmi bývají nejčastěji známé osobnosti, příp. odborníci na určitou oblast, o které se bude diskutovat, nemusí to ale být pravidlem. Tento klasický model talk show se ale brzy začal přeměňovat, neboť bylo potřeba využít i vizuální složku televize – klasický rozhlasový formát ve své dosavadní podobě nedokázal naplno využít potenciál nově vznikajícího média.

Od počátku televizního vysílání patřila talk show mezi početně nejzastoupenější žánr. Důvod je poměrně pragmatický – peníze. Oproti jiným žánrům je tvorba talk show levnější, nevyžaduje neustálý přítok nových idejí a komplexní scénáře. O to více ale záleží na osobě moderátora. V případě, že se setká s kladným přijetím, může úspěšná talk show generovat obrovský zisk a svého moderátora navždy proslavit.

Jako moderátor první televizní talk show, potažmo zakladatel celého žánru, bývá někdy zmiňován Joe Franklin se svou *Joe Franklin Show (WJZ-TV, 1950-53)*. Více než 40 let na televizních obrazovkách vyneslo pořadu v 90. letech zápis do Guinnessovy knihy rekordů. Názory na jeho pořad a styl moderování se ale liší. Mnoho autorů, zabývajících se dějinami žánru, dokonce jeho přínos zmenšuje či zpochybňuje: „*Ano, Joe Franklin je významnou osobností v historii talk show, ale nikdo vlastně neví proč. Je pravda, že je v Guinnessově knize rekordů jako moderátor nejdéle běžící televizní talk show. Také vyzpovídal na 300 000 hostů. Ale nikdo nechápe, jak je možné, že se mu při tom všem podařilo říci tak málo.*“¹⁶

Ve své show dával Franklin velký prostor začínajícím a novým umělcům ze sousedství, se kterými se mnohdy znal osobně, a chtěl jim prostřednictvím své show pomoci nastartovat kariéru. U některých hostů se to skutečně podařilo (Bill Cosby, Woody Allen), ale u většiny Franklin sklouzl do monotónního a poměrně nezáživného rozhovoru. Celá 50. a 60. léta 20. století jsou označována za „zlatý věk“ televize, a i žánr talk show se začal na televizních obrazovkách usidlovat v tomto období.

Ve vývoji talk show jako žánru lze již od počátku vyzorovat štěpení na tři hlavní proudy, z nichž má každý svá specifika. Hlavním faktorem, který určuje tempo a koncept show, se stává vysílací čas.

2.1.1 Ranní show

Formát ranních talk show byl už v rozhlasové skladbě poměrně ustáleným žánrem, ale jeho přechod na televizní obrazovku byl zpočátku poněkud křečovitý. Po

¹⁶ TIMBERG, B., ERLER, B. *Television Talk: A History of the Tv Talk Show*. 1st ed. University of Texas Press, 2002, s. 233. ISBN 978-0-292-78176-4.

nejrůznějších experimentech se na obrazovkách roku 1947 objevilo populární manželské duo Tex a Jinx. Oba již měli zkušenosti s podobně zaměřeným rozhlasovým pořadem *Hi Jinx* (WEAF, 1946) a v letech 1946-59 se stali moderátory několika rozhlasových show, z nichž se některé přesunuly i do televize. V období, kdy se televize teprve rozšiřovala, se Tex a Jinx stali symbolem ranní show.¹⁷

Přestože Tex a Jinx patří mezi průkopníky ranní talk show, současnou podobu si žánr získal s příchodem *The Today Show* (NBC, 1952~), která se vysílá dodnes. Prvním z řady jejích moderátorů byl Dave Garroway. Pro zvýšení sledovanosti byl rok po zahájení pořadu do studia přiveden trénovaný šimpanz J. Fred Muggs (viz. Příloha A), který se brzy stal maskotem celého pořadu a na obrazovce vydržel do roku 1957. Samotná show v sobě kombinovala ranní zpravodajství z celých Spojených států, rozhovory s reportéry, tipy pro zdravý životní styl a nejrůznější drobné zajímavosti. Formát *The Today Show* byl velmi brzy okopírován konkurenčními stanicemi, a dokonce se stal předlohou pro podobné pořady po celém světě.

Politické diskusní pořady jsou nedílnou součástí ranních show, které jsou všeobecně asociovány se serióznějším pojetím a zaměřením na všechny společenské vrstvy. V tomto ohledu je nejsilnějším vysílacím časem nedělní ráno a dopoledne, kde mají tyto pořady dlouhou tradici, spjatou se vznikem a šířením televize jako populárního média. Stejný formát přijaly podobně profilované pořady po celém světě. Nejvýznamnějším reprezentantem této kategorie je *Meet the Press* (NBC, 1947~), který se začal vysílat už o dva roky dříve na rozhlasových vlnách. V televizním průmyslu mu patří titul nejdéle vysílaného pořadu v dějinách americké televize – navzdory tomu, že prošel mnoha změnami formátu, nikdy nedošlo k jeho přerušení. K jeho konkurenci z hlediska formátu patří z těch nejvýznamnějších např. *Face the Nation* (CBS, 1954~), *This Week* (ABC, 1981~), *Fox News Sunday* (Fox, 1996~) a *State of the Union* (CNN, 2009~).

2.1.2 Denní show

Tento subžánr talk show bývá někdy nazýván „tabloid talk show“. Oproti klasickým talk show se vyznačuje aktivní účastí publika v diskuzi, což se postupně ukázalo být hlavním tajemstvím jeho úspěchu.

¹⁷ DUNNING, J. *On the Air: The Encyclopedia of Old-Time Radio*. 2nd ed. Oxford University Press, 1998, s. 657. ISBN 978-0-195-07678-3.

Průkopníkem denních show byl Phil Donahue, známý z rozhlasové talk show *Conversation Piece (WHIO, 1963-67)*. Jeho první televizní show s názvem *The Phil Donahue Show (WLWD, 1967-96)* byla zpočátku koncipována jako „obyčejná“ talk show, ale Donahue sám začal brzy experimentovat a nebál se ani takových společenských témat, která byla dosud považována za tabu.¹⁸ S velmi podobným formátem přišla už o pár let dříve *The Les Crane Show (ABC, 1964-65)*. Nedařilo se jí ale oslabit konkurenci, a tak byla brzy zrušena.

Donahue na sebe vzal roli mediátora a snažil se vybudit publikum k aktivitě, mluvil k němu a snažil se ho podnítit k dotazování hostů. Tím dal vzniknout zmíněnému pojmu „tabloid talk show“, který nejvíce zpopularizovala Oprah Winfrey.

Tento osvědčený formát posunula směrem k jeho hranicím *The Geraldo Rivera Show (syndikováno, 1987-98)*, původně známá jen jako *Geraldo*. Základní premisa přitom nebyla tolik odlišná od *The Phil Donahue Show*. Hlavním konceptem pořadu byla orientace na kontroverzní hosty a reakce publika. Ale tam, kde Phil Donahue kladl důraz na komunikaci mezi hostem a diváky, moderátor Geraldo Rivera sází na teatrálnost a pudovost. Velice výrazně se tato show zapsala do veřejného povědomí v roce 1988, kdy mezi hosty byli zastánci hnutí skinhead spolu s afroamerickými a židovskými aktivisty. Po slovních urážkách situace ve studiu nabrala na obrátkách a nakonec přerostla v neřízenou bitku, ve které byl zasažen židlí do obličeje i sám moderátor Rivera.¹⁹ Sledovanost show po tomto incidentu raketově vzrostla, zároveň se ale otevřela společenská debata na téma, zda existuje hranice toho, co do talk show patří a co už je nepřijatelné. V posledních letech vysílání Rivera směřoval svou show k serióznějšímu formátu (zde také došlo k přejmenování na *The Geraldo Rivera Show*), ale pořad definitivně skončil v roce 1998.

Pokud Geraldo Rivera něco televiznímu světu připomněl, tak to bylo právě to, že lidé se rádi baví sledováním problémů ostatních. A čím více se jejich chování liší od kodifikovaných norem, tím přitažlivější se jeví. Zájem veřejnosti o tento žánr, nazývaný „Trash TV“ byl díky Riverovi nenávratně probuzen a právě v 90. letech ho čekal největší rozkvět.²⁰ Stejná myšlenka je i hlavním mottem *The Jerry Springer Show*

¹⁸ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. UJAK, 2009, s. 119. ISBN 978-80-86723-73-0.

¹⁹ GERALDO RIVERA BREAKS HIS NOSE - SKINHEAD BRAWL 1988. In: *Youtube* [online]. 6. 8. 2007 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://youtu.be/S1KT1QoSCT8>. Kanál uživatele tlangelo.

²⁰ BARNOUW, E. *Tube of Plenty: The Evolution of American Television*. 2nd ed. New York: Oxford University Press, 1990, s. 560. ISBN 978-0-19-506484-1.

(syndikováno, 1991~), kontroverzní show, která je někdy označována za nejvýraznějšího reprezentanta tohoto subžánru, o kterém se začalo mluvit už v době Geralda Rivery. Trash TV staví svůj úspěch na expozici osobních příběhů hostů a manipulaci s jejich emocemi za účelem zvýšení sledovanosti. Programy jako *Geraldo* a *The Jerry Springer Show* působí na divákovy emoce a pudovost, nikoli na jeho mysl.²¹

The Jerry Springer Show sice začala jako seriózní show, jejímž prostřednictvím se znovushledávaly rozvrácené rodiny a řešily se sociální a politické otázky, ale brzy se (zejména kvůli zájmu o vyšší sledovanost) přeměnila do agresivnějšího formátu, kterým je dnes známá i v zahraničí. I tak byl ale Jerry Springer opatrnější než Rivera a nezhazoval do stejné míry s nábožensky či politicky motivovaným násilím, přesto byla na místě natáčení přítomna ochranka. Namísto toho se těžištěm pořadu stalo řešení osobních problémů v rámci rodin a přátel hostů.

Moderátor na začátku představí hosta a jeho konkrétní situaci, kterou přišel před kameru řešit. Po jeho vyslechnutí je do studia přivedena druhá zúčastněná strana. Už zde mnohdy dochází ke konfrontaci, která je během celého setkání moderátorem více či méně zřejmě podněcována. Samotné problémy hostů zde jsou vedlejší, hlavní je uspokojení publika, které si stejně jako ve starém Římě žádá „chléb a hry“. To ostatně víceméně přiznal i sám Jerry Springer, když v jednom z rozhovorů prohlásil: „*Nikdy bych se na svůj pořad nedíval. Nezajímá mě. Je to jen hloupá show.*“²²

Pořad téměř pravidelně čelí nejrůznější kritice, ať už se jedná o celkový koncept show, potenciální negativní vliv na vývoj mládeže nebo o nevěrohodnost některých fyzických střetů.

Přestože *The Jerry Springer Show* patří mezi nejznámější pořady svého formátu, není jediná. Paralelně s ní se na obrazovce objevila i *Maury Povich Show* (syndikováno, 1991~). V roce 1998 přešla pod Studio USA, což je stejný syndikát, který vysílá i *The Jerry Springer Show*. Původní image show, která se doposud držela ve společensky akceptovatelných hranicích, byla vyměněna za formát, nápadně připomínající Springerův vlastní pořad.

Maury se však stává terčem ostřejší kritiky než její předloha. Prvním důvodem je to, že zatímco Jerry Springer se svým chováním netají tím, že celý program je jen

²¹ ROMAN, J. *Love, Light, and a Dream: Television's Past, Present, and Future*. 2nd ed. Greenwood Publishing Group, 1998, s. 71. ISBN 978-0-275-96437-5.

²² Springer's 'silly' show. In: *BBC News* [online]. 6. 10. 2000 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/959370.stm>

show pro veřejnost, moderátor *Maury*, Maurice Povich, svým vystupováním mnohdy připomíná terapeuta a psychologa, poskytuje hostům falešnou naději a přemlouvá je, aby show navštívili v budoucnu, a mnozí tak skutečně činí. Druhým důvodem je silné zaměření na malé děti a sexuální tematiku. *Maury* obsahuje několik různých segmentů, které řeší různé oblasti mezilidských vztahů, ale mezi diváčky nejatraktivnější patří segment, jenž získal svůj název podle moderátorovy oblíbené hlášky „*You are NOT the father!*“ („*Ty NEJSI otcem!*“). V tomto segmentu jsou postupně představeny všechny strany milostného trojúhelníku a v přímém přenosu se zjišťuje, který z dvou mužů je otcem ženiných dětí, příp. která ze dvou žen se ve své domněnce mylí. Samotné děti jsou mnohdy přítomny v oddělené části studia a jsou během celého procesu vidět na obrazovce. Vzhledem k tomu, že zde vystupuje menší počet hostů než u Jerryho Springera, a většinou se jedná o ženy, nedochází zde tak často k fyzickým střetům, což lze do značné míry přičíst na vrub i moderátorovu diplomatickému vystupování ve vyhrocenějších situacích. Třetím důvodem, proč je *Maury* mnohými nahlížena kritičtěji než *Jerry Springer Show*, je prohlubování sociálních stereotypů. *Maury* je silně zaměřena na méně vzdělanou část afroamerické komunity, do pořadu jsou často zvány velice mladé a chudé matky z oblasti ghett, některé se v pořadu dokonce objevují i několikrát.²³

Nejspíše i dravost pořadů, spadajících do žánru trash TV, napomohly větší popularitě klasických talk show. Příkladem raketového vzestupu může být *The Oprah Winfrey Show* (syndikováno, 1986-2011). V tomto případě se ale nejedná jen o další úspěšnou talk show. *The Oprah Winfrey Show* se navždy zapsala do dějin žánru, stejně jako do paměti milionů lidí po celém světě. Ale proč?

Počátky pořadu sahají do roku 1984, kdy se Oprah před svým publikem objevila v krátkém ranním diskuzním segmentu *A.M. Chicago*, který tehdy byl na nejspodnějších příčkách sledovanosti. O pouhý měsíc později se situace zcela obrátila a show ve sledovanosti porazila i tehdejšího nekorunovaného krále žánru, Phila Donahue. Uplynuly další dva roky a Oprah dostala svou vlastní show (viz. Příloha B).

Od samotného počátku se projevovala takovým konverzačním stylem, který ji vynesl na vrchol. Nemluvila jen o hostech, promlouvala i k publiku o svém vlastním dětství a problémech, kterým čelila. Odhalovala před všemi své slabiny ve snaze

²³ ARCENEUX, M. Why Maury Povich 'is the father' of black trash TV. In: *The Grio* [online]. 9. 9. 2011 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://thegrio.com/2011/09/09/why-maury-povich-is-the-father-of-black-trash-tv/>

působit jinak než jen „ta žena z televize“. Oprah se pro širokou veřejnost stala někým, s kým se mohli snáze identifikovat. Živoucím důkazem toho, že nezáleží na tom, z jakých poměrů kdo pochází a jakým předsudkům společnosti čelí. Někým, kdo byl vždy připravený mluvit o svých problémech a neschovával se za masku televizní hvězdy. Stejně Oprah působila i na své hosty. Dokázala vždy vystihnout vážnost situace, tomu přizpůsobit své vystupování a příběhy svých hostů sama viditelně prožívala. To hostům umožnilo se více otevřít a *Oprah Winfrey Show* se brzy stala hlavní zastávkou pro všechny známé celebrity. Mnohé z nich v jejím pořadu odhalily témata, která zatím nikde jinde nezmínily. Mezi jejími hosty ale byli i obyčejní lidé, nejčastěji s velmi pohnutými a emotivními životními příběhy. Veliké emoce v publiku vyvolala v roce 1998 návštěva ženy s rakovinou prsu, Erin Kramp, která na několik let dopředu natočila pro svou malou dceru nespočet videonahrávek s nejrůznějšími radami do života dospívající dívky. Několik měsíců po odvysílání show zemřela.

Velkou roli v pořadu hrála i diskuze ohledně aktuálních společenských témat nebo problémů, které lidi často trápí. Právě v takto koncipovaných epizodách se prohluboval vztah Oprah a jejího publika, hostů nebylo v takových případech ani zapotřebí, publikum je plně zastoupilo.

Moderátorka proslula také jako velická filantropka a zastánkyně charity. Její gesto z 13. září roku 2004 nemá v historii talk show obdoby – v ten den během natáčení Oprah obdarovala každého z 276 členů publika novým vozem Pontiac G6. *The Oprah Winfrey Show* se stala nejsledovanější talk show v televizní historii. V období největší popularity ji sledovalo 15-20 milionů diváků každý den.²⁴

Úspěch pořadu lze bezesporu spojit s postavou samotné moderátorky. Show sama o sobě totiž nepřináší nic nového, žádný revoluční koncept, nic, co by opravňovalo k očekávání takového úspěchu, jaký se dostavil. Oprah se nestala slavnou díky své show. Naopak, show si získala svou obrovskou popularitu právě díky Oprah.

Od 1. ledna 2011 Oprah spustila svou vlastní televizní stanici *Oprah Winfrey Network*, jejímž hlavním cílovým publikem byly ženy v domácnosti, čemuž odpovídala i žánrová skladba programů, které se zaměřovaly na nejrůznější oblasti mezilidských vztahů a životů. Navzdory popularitě, které se ve Spojených státech Oprah těšila, se OWN nikdy nepyšnila vysokou sledovaností. Během roku 2011 vzala Oprah pod své

²⁴ The Many Faces of Oprah. In: *New York Show Tickets* [online]. [cit. 2013-01-30]. Dostupné z: <http://www.nyitix.com/TVShows/Archive/OprahWinfrey/oprahwinfrey.html>

křídlo další populární moderátorku, Rosie O'Donnell, a vysílala její novou *The Rosie Show*. Ta se bohužel od počátku potýkala s malou sledovaností, která se ještě výrazněji propadla poté, co došlo k drastické změně formátu – publikum, které vždy bylo pro Rosie alfou a omegou, bylo ze show odstraněno a show dostala formát vážnějšího a „soukromého“ rozhovoru za stolem. Po pouhém čtvrt roce tak byla show stažena.²⁵

Rosie O'Donnell Show (syndikováno, 1996-2002). Ačkoli svým formátem velice připomíná úspěšnější *Oprah Winfrey Show*, jméno Rosie O'Donnell se stalo v talk show nepřehlédnutelným pojmem. Mezi její hosty patřilo mnoho známých celebrit, které vždy zpovídala na nejrůznější populární témata. Co ale *Rosie O'Donnell Show* odlišovalo od podobných talk show byl vztah moderátorky a publika. V úvodu každé epizody byl z publika vybrán jeden dobrovolník, který show uvedl. Důraz na interakci s publikem byl zřejmý v každé části pořadu. Během rozhovoru s hostem se Rosie často obracela směrem k publiku, zapojovala ho do diskuze, to vše s velice pozitivním a příjemným přístupem. Charakteristickým znakem pořadu se rovněž staly gumové třapaté míčky, které Rosie často žertovně vrhala mezi diváky.

Takřka všechny talk show se snažily vymezit proti konkurenci a přilákat diváky něčím, co nabízí pouze ony. Z výše uvedených příkladů lze vyvodit, že tyto diferenciační tendence se nejčastěji projevovaly spoléháním na výrazné osobnosti moderátorů, spojení informačního rozhovoru s humornou složkou (tzv. infotainment) či agresivitu pořadu. Existují ale i výjimky, mezi které patří především *Larry King Live* (CNN, 1985-2010).

Pokud lze charakterizovat talk show, která se na amerických obrazovkách udržela téměř 30 let, jen několika slovy, nejspíše by to byly výrazy jako „pasivita“ či „spontánnost“. U pořadu Larryho Kinga (viz. Příloha C) lze pozorovat odklon od většiny zaběhlých a osvědčených metod vedení talk show: Nehoní se za senzacemi, neklade svým hostům otázky na tělo, nenuťí hosty komentovat nepříjemné skandály či fámy o jejich osobě. Naopak, mnohokrát se stal terčem kritiky za to, že jeho otázky jsou příliš jemné a obecné, čímž hostům ponechávají dostatek prostoru pro manévrování. Na druhou stranu, tento přístup umožnil *Larry King Live* přivítat hosty, kteří se jinak

²⁵ SETOODEH, R. Rosie O'Donnell's Disastrous Oprah Winfrey Network Experience. In: *The Daily Beast* [online]. 17. 5. 2012 [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://www.thedailybeast.com/articles/2012/03/17/rosie-o-donnell-s-disastrous-oprah-winfrey-network-experience.html>

zdráhají poskytovat rozhovory, protože agresivita médií je v posledních letech stále výraznějším trendem. Larry King tak pro „delikátnější“ hosty představoval ideální příležitost promluvit na veřejnosti jen o tom, o čem chtějí, aniž by se museli obávat tlaku ze strany moderátora, který by mohl chtít stočit rozhovor nějakým konkrétnějším a mediálně přitažlivějším směrem.

Oproti jiným moderátorům talk show Larry King přenechával iniciativu spíše hostům, jeho otázky na sebe logicky navazovaly a celková atmosféra nepřipomínala televizní pořad, ale spontánní rozhovor dvou poznávajících se lidí. Tato atmosféra byla dále podtrhována faktem, že natáčení často probíhalo mimo studium v prostředí, které přímo odpovídalo charakteru hosta (např. Bílý dům, vězeňská cela apod.) a rovněž postavou moderátora. King se málokdy oblékal přísně formálně, většinou volil uvolněnější a přístupnější image symbolizovanou především jeho slavnými kšandami, které se staly ikonou pořadu a samotného Larryho Kinga.

2.1.3 Noční show

Subžánr nočních talk show je charakteristický svým zábavným zpracováním klasických žánrových prvků talk show. Hostů bývá během každého pořadu většinou více, než je tomu u denních show. Velice častým jevem je i vyprávění vtípů či humorné segmenty vedené moderátorem. Původní podoba žánru na přelomu 40. a 50. let 20. století je velice úzce spjata s rozvojem variety show, s nímž sdílí své kořeny, jelikož oba žánry implementují nejrůznější zábavné prvky. Postupem času se však noční talk show začaly oproti variety show vymezovat, především větším důrazem na zábavný dialog s hostem než na samostatná vystoupení. Největší popularitu zažívaly noční talk show od poloviny 80. let do současnosti, kdy se v relativně krátkém období objevilo velké množství pořadů s touto tematikou. O tzv. „late-night shows“ se proto mnohdy hovoří jako o samostatném žánru.

Z hlediska vysílacího času navazují late-night programy na prime-time, začínají kolem 23. hodiny a vrcholí o půlnoci, mohou ale přesahovat až do ranních hodin, zřídka však dále než do 02:00. Tento vysílací čas je ovšem specifický pro území Spojených států a Kanady, kde má své stálé a početné publikum a je dlouhodobě spojený s nevázaným humorem a zábavnými pořady. Mimo americký kontinent nenajdeme prostředí, ve kterém by byl na tak pozdní hodiny kladen takový důraz. Kupříkladu ve Velké Británii, která převzala mnohé prvky z americké televize, se žánr late-night show neuchytil, ba naopak – tento vysílací čas je na tamním trhu vnímán

jako „mrtvo“.²⁶ Proto zde jsou pozdní hodiny věnovány méněcennému vysílání, např. opakování denních pořadů. Stejně jako ve většině světa je tato doba rovněž vnímána jako ideální pro vysílání pořadů pro dospělé.

Broadway Open House (NBC, 1950-51) byl prvním pořadem svého typu a zároveň i dílem, které položilo základy nejen variety show, ale především nočním show, jejichž rozmach nastal během několika následujících dekád. Jeho hlavní postavou byl, spolu s několika stálými hosty, téměř neznámý komik Jerry Lester, doprovázený vysokou a fyzicky přitažlivou Dagmar (vlastním jménem Virginia Ruth Egnor), která se stala jednou z prvních ženských celebrit americké televize. Přestože neměla žádné zkušenosti v showbusinessu, svým charakterem vytvořila a ustálila na televizních obrazovkách stereotyp „hloupé blondýny“, ovšem s ostrým jazykem. Dagmar si získala velikou popularitu a zastínila tak i samotného Lestera. Ten v květnu 1951 ze show odešel. Dagmar se tak ujala role hlavní moderátorky a následující rok dostala svou vlastní show, *Dagmar's Canteen* (NBC, 1952), které se ale odvysílalo jen 5 dílů a ve které vystoupila i její sestra, Jane.²⁷

Broadway Open House lze označit za první noční show, ačkoli od jejich současné podoby se ještě velice odlišuje. Humor účinkujících, nejviditelněji samotného Jerryho Lestera, byl postaven na kýčovitě přehnaných reakcích a mimice, která podněcovala pobavenou reakci ze strany publika. Paradoxně ale tento pořad neměl téměř žádné prvky talk show – přestože se v pořadu objevovaly známé osobnosti, nedocházelo k žádným rozhovorům. Celý pořad byl koncipován jako série skečů, komediálních a hudebních vystoupení. Tímto měl pořad mnohem blíže k variety show, resp. k jeho předchůdci, tzv. vaudeville. Jeho přínos ale spočívá v tom, že dokázal získat velké množství diváků v pozdních hodinách. Právě popularita *Broadway Open House* přiměla producenty k vytvoření zábavného pořadu pro pozdní vysílací čas, důsledkem čehož se zrodily dnes tak populární „late-night shows“, které mají k formátu talk show už mnohem blíže než jejich předchůdce.

Pokud jsme zmínili *Broadway Open House* jako počín, který dal vzniknout subžánru nočních show jako takovému, tak *Tonight Show* (NBC, 1954~) je pořadem,

²⁶ DIFFIN, E., LANE, M. Why do Americans care about late night TV? In: *BBC News* [online]. 22. 1. 2010 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8450575.stm>

²⁷ *Dagmar's Canteen*. In: *Archive of American Television* [online]. [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://www.emmytvlegends.org/interviews/shows/dagmars-canteen>

který mu vtiskl podobu, která se za posledních šest desetiletí téměř vůbec nezměnila. Od dob jeho vzniku prošlo moderátorským křeslem několik velkých osobností.

Tou první z nich byl v letech 1954-57 Steve Allen, který připravil cestu svým nástupcům tím, že položil základy formátu, který se ukázal být tolik úspěšný. Prezident NBC, Sylvester „Pat“ Weaver, si show původně představoval jako pozdně večerní obdobu populárního ranního pořadu *Today*, čili mix zpravodajství, užitečných informací a zábavy, doplněné o varietní prvky z *Broadway Open House*. S tím ale Steve Allen nesouhlasil a rozhodl se show vést směrem ke svému oboru působnosti, kterým byla improvizovaná komedie. Mnoho jeho nadřazených nejprve nesouhlasilo, Allena však nakonec podpořil i sám Weaver, který pochopil, že show musí být postavena kolem výrazné a zábavné postavy moderátora.²⁸ Allen tak dostal volnější ruku a v žánru nočních show ustálil např. hudební doprovod při příchodu na scénu, následovaný krátkým zábavným monologem, často glosujícím aktuální události. Hosté byli usazeni zpočátku na židlích, které postupně nahradily větší sedačky (umístěné vedle moderátorského stolu), které jsou v současnosti pro žánr do značné míry ikonické.

Po Allenově odchodu v roce 1957 ale přece jen došlo k experimentům s formátem pořadu. Byl přejmenován na *Tonight! America After Dark* a prezentován jako téměř výhradně zpravodajský pořad, v souladu s prvotními plány Sylvestera Weavera. Tento stav ale vydržel pouze půl roku, během něhož se na postu moderátora vystřídali nejprve Jack Lescoulie a krátce po něm Al Collins. Prudký úpadek popularity ale producenty přiměl vrátit se zpět k formátu, který představil Steve Allen.

Toho v období 1957-62 vystřídal další velikán televizní historie, Jack Paar. Pod jeho taktovkou byl zdůrazněn informační rozměr pořadu (nezaměřovat se zpravodajským), oproti Allenovi, který kladl větší důraz na prvoplánové pobavení publika vtipy a historkami. S jeho příchodem se rozmohla personifikace žánru talk show, symbolizovaná zahrnutím jména moderátora do názvu pořadu, což je další z trendů, který se udržuje do dnešních dní. *Tonight Show* se tak pod Paarovým vedením stala známá jako *The Jack Paar Show*. Lze se ale domnívat, že i kdyby tento trend nenastolil Jack Paar, byl by jistě důsledkem přímého vývoje žánru, zejména v 80. a 90. letech, kdy se v televizním prostředí objevilo obrovské množství takřka identických show, které lze často rozlišovat pouze podle jejich moderátorů.

²⁸ TIMBERG, B., ERLER, B. *Television Talk: A History of the Tv Talk Show*. 1st ed. University of Texas Press, 2002, s. 45. ISBN 978-0-292-78176-4.

Samotný Paar byl jako moderátor nepředvídatelný perfekcionista. Často reagoval impulzivně, ale vždy při zpovídání hostů kladl veliký důraz na vyváženost informativní a zábavné stránky rozhovoru. Nejznámější ukázka jeho zkratového jednání pochází z roku 1960. Když Paar zjistil, že jeho lehce dvojsmyslný vtip z předchozího natáčecího dne byl cenzurován, opustil uprostřed vysílání studio a oznámil, že jako moderátor končí. Za necelý měsíc se však před diváky objevil znovu a svérázným způsobem se za svou reakci omluvil.²⁹

Jako Paarův nástupce byl zvolen Johnny Carson (viz. Příloha D), patrně nejznámější z průkopníků *Tonight Show*. Několikaměsíční období před jeho nástupem bylo vyplněno účinkováním několika dočasných moderátorů (Groucho Marx, Merv Griffin, Bill Cullen, Jerry Lewis, a Mort Sahl), neboť sám Carson byl v době Paarova odchodu v březnu 1962 stále vázán kontraktem na konkurenční stanici ABC.

Carson moderoval show po dobu 30 let, a již během svého prvního týdne dosáhl obrovské sledovanosti, necelých 41%, což se jeho předchůdci, Jacku Paarovi, povedlo během jeho pětiletého působení pouze jednou – když se v roce 1960 po svém odchodu vrátil do vysílání. Během celého roku Carson přilákal dvakrát více diváků než Paar.³⁰

Ve svém vystupování Carson kombinoval přednosti obou svých předchůdců – věcnost rozhovoru, kterou přinesl Jack Paar a velké množství nejrůznějších zábavných prvků po vzoru Steva Allena. Carson hosty nejen zpovídal a bavil, ale dokonce je zapojoval do svých skečů, a položil tak základy moderní podobě žánru nočních talk show. Mnohé z jeho skečů spočívaly ve ztvárnění komických a výrazně specifických charakterů nebo parodování scének ze známých filmových či knižních děl. Často mu asistoval jeho přítel a uvaděč show, Ed McMahon.

Tonight Show Starring Johnny Carson (tak zněl plný název pořadu) si během 70. let vybudovala neotřesitelnou pozici na televizním trhu. Být pozván na sedačku vedle Carsona bylo považováno za jednu z nejvyšších poct, které se člověk v tehdejší televizní průmyslu mohl dočkat. Přestože jeho show nastartovala kariéru mnohým pozdějším celebritám, pozvaní hosté neměli v žádném případě vyhráno. Na rozdíl od svých předchůdců totiž Carson svým hostům příliš nenadbíhal a nic jim nedal zadarmo.

²⁹ HARRIS, M. When Paar Boiled. In: *Entertainment Weekly* [online]. 7. 2. 1995 [cit. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.ew.com/ew/article/0,,309422,00.html>

³⁰ TIMBERG, B., ERLER, B. *Television Talk: A History of the Tv Talk Show*. 1st ed. University of Texas Press, 2002, s. 60. ISBN 978-0-292-78176-4.

Neseznamoval se s hosty osobně před natáčením a nenavštěvoval je ani po něm. Zrovna tak se příběhům hostů zasmál pouze tehdy, pokud ho host skutečně něčím pobavil. Rozhovorem dal hostu šanci předvést, co v něm je. Pokud host nedokázal udržet tempo, v několika případech nastala tzv. krizová situace. Atmosféru setkání s Carsonem v jeho vlastním pořadu na základě vlastní zkušenosti popsal americký herec Robert Blake: „*Nenapadá mě nic, co bych přirovnal k návštěvě Tonight Show, když tam sedí on. Všechno tam žije a všichni mají vysoká očekávání. Je to jako Broadway při premiéře. Není na tom vůbec nic uvolněného. A není to talk show. Přejde vám to jako úplně jiná show. On má v sobě tolik energie a vy máte šest minut, abyste se předvedli. A to si dejte záležet. Nebo tam po dvou minutách strčí reklamu. Všichni tam jsou vysoce profesionální, úspěšní a zapálení pro věc. Producenti a celý štáb sedí asi šest stop od vaší sedačky a pořád na vás zírají. A když přijde reklama, začnou si telefonovat. Baví se s někým nahoře – co já vím s kým? Říkají si, co dělá tenhle a co dělá tamten. Šeptají Johnnymu něco do ucha. Pak Johnny dostane telefon a chvíli mluví. A vy tam jen sedíte, zíráte a říkáte si, jestli třeba někoho nevyhodí... Pak se kamery znovu rozjedou a Johnny vám buď položí nějakou další otázku, nebo jen řekne ‚A naším dalším hostem je...‘“³¹*

Důkazem obrovské popularity Carsonova pořadu a zároveň i vlivu, který na veřejnost měl, je sociologický fenomén, který se výrazně projevil roku 1973. V prosinci tohoto roku byl odvysílán díl, ve kterém Carson během svého úvodního monologu zavtipkoval o tom, že z regálů obchodů mizí toaletní papír a přichází tak celospolečenská krize. Reakce publika na sebe nenechala dlouho čekat. Hned druhý den ráno vzaly panikařící masy Američanů obchody útokem a skoupili do zásoby téměř veškerý toaletní papír. Paradoxně teprve v ten moment propukla skutečná krize – dodavatelé totiž nebyli schopni náhlou masivní poptávku pokrýt, a toaletní papír se tak skutečně stal nedostatkovým zbožím. Carson se o několik dílů později sice omluvil tím, že se jednalo o vtip a nebylo jeho záměrem vyvolat paniku, ale rozjetý vlak už se mu nepodařilo zastavit. Prázdné regály totiž šířily paniku mezi veřejností velice rychle.

³¹ TYNAN, K. Profiles: Fifteen Years of the Salto Mortale. In: *The New Yorker* [online]. 20. 2. 1978 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: http://www.newyorker.com/archive/1978/02/20/1978_02_20_047_TNY_CARDS_000326477?printable=true

Teprve po necelém měsíci se podařilo začít zásoby obnovovat a situace se postupně vrátila do normálu.³²

Sociologové takový jev nazývají „sebenaplňující proroctví“, kterýžto pojem definoval roku 1949 významný sociolog Robert Merton. Podstatou myšlenky takového proroctví je premisa, podle které nepravdivý prvotní podnět (Carsonův vtip) vyvolává u cíle nové chování (panika a nájezdy na obchody), které v přímém důsledku vede k realizaci původně proklamované myšlenky (skutečná krize). Samotná víra v pravdivost tvrzení tak způsobuje jeho konečné naplnění.³³ Přítomnost mediálního prostředí pouze umožnila zvětšení škály celého problému.

Carson opustil moderátorský post *Tonight Show* v roce 1992, načež vyvstala otázka nástupnictví. Sám Carson si přál, aby ho nahradil David Letterman, který měl v té době už od roku 1982 svůj vlastní pořad, *The Late Show with David Letterman*. Lettermana ostatně podporovala i větší část stanice NBC, ale nakonec byl před ním upřednostněn Jay Leno, v té době trvalý host *Tonight Show*, který v několika případech působil i jako Carsonův záskok. Tato volba položila základy zášti, která mezi Lettermanem a Lenem přetrvává do současnosti (viz. Příloha E). Po Lenově nástupu na post moderátora *Tonight Show* Letterman odešel ke konkurenční stanici CBS, kde ve stejném vysílacím čase představil svou *Late Night with David Letterman*, téměř zrcadlovou kopii svého pořadu z NBC.³⁴

Jay Leno byl moderátorem *Tonight Show* v letech 1992-2009 a pokračoval v osvědčeném formátu, který zavedl zejména Johnny Carson, ale svým podáním ho přiblížil současné generaci. Přesto jeho začátky nebyly jednoduché, zkušenější Letterman totiž ze CBS neustále útočil na teprve se adaptujícího Lenu.

Ačkoli ani jeden z nich nedosáhl takové sledovanosti, kterou měl na vrcholu kariéry Carson (a díky fragmentaci publika, související s přehlcním žánru, nelze v této oblasti očekávat změnu), karta se pomalu začala obracet v Lenův prospěch. Od roku 1994 měla jeho *Tonight Show with Jay Leno* největší sledovanost ze všech konkurenčních pořadů. Od té doby se Lettermanovi podařilo Lenu poprvé porazit s malým náskokem

³² DRAPER, P. Rice shortages and Toilet Paper shortages. In: *Daily Kos* [online]. 23. 4. 2008 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.dailykos.com/story/2008/04/24/502262/-Rice-shortages-and-Toilet-Paper-shortages>

³³ BAUMEISTER, R. F., BUSHMAN, B. J. *Social Psychology and Human Nature*. 1st ed. Belmont: Thomson Wadsworth, 2008, s. 430. ISBN 978-0-495-11633-2.

³⁴ TIMBERG, B., ERLER, B. *Television Talk: A History of the Tv Talk Show*. 1st ed. University of Texas Press, 2002, s. 152. ISBN 978-0-292-78176-4.

až v říjnu 2010, nejspíše i díky tomu, že v tu dobu provázela celou *Tonight Show* krize, o které se zmíníme níže.

Již v roce 2004 bylo oznámeno, že o pět let později Lena nahradí Conan O'Brien, který tak zároveň opustí svou show *Late Night with Conan O'Brien*, kterou „zdedil“ od Lettermana po jeho odchodu z NBC. Existují především dva důvody, proč k tomuto oznámení došlo s takovým předstihem. Tím prvním bylo, že NBC nechtěla O'Briena jako slibného moderátora ztratit. Druhým důvodem byl samotný Jay Leno, který měl v živé paměti nepříjemné okolnosti a kritiku z roku 1993, když nahradil Carsona. Protože nechtěl, aby „*tímhle kdokoli musel projít znovu*“³⁵, chtěl otázku svého nástupce vyřešit včas a jednoznačně. Leno se po svém odchodu z *Tonight Show* přesunul do prime-time se svým novým pořadem *The Jay Leno Show*.

Už po půlroce se ale ukázalo, že ani O'Brien, ani Leno si na svých nových postech nevedli tak, jak si NBC představovala, proto ihned došlo k dalším změnám. *The Jay Leno Show* měla být zkrácena z 60 na 30 minut a přesunuta z tehdejší 22. hodiny na 23:35, což je čas, který patřil *Tonight Show* už od jejích počátků v roce 1954. Ta se pro změnu měla posunout na méně lákavých 00:05. V reakci na toto oznámení O'Brien veřejně prohlásil, že si svůj pořad, nyní známý jako *The Tonight Show with Conan O'Brien*, přesunout nenechá, načež ho nejen na sociálních sítích podpořila široká veřejnost.³⁶ Vše nakonec vyvrcholilo v lednu 2010 O'Brienovým odchodem z NBC a Lenovým druhým obdobím moderování *The Tonight Show with Jay Leno*.

Výsledkem celé situace bylo to, že k žádným časovým posunům nedošlo, NBC ztratila O'Briena a Lenova sledovanost kvůli celému konfliktu stagnovala, z čehož těžila konkurence. O'Brien mezitím přešel na kabelovou stanici TBS, kde v současnosti moderuje svou vlastní show *Conan!*

2. ledna 1971 vstoupil v platnost zákon, zakazující vysílání reklam na tabákové výrobky v televizi a rozhlas. Poslední reklama na cigarety se proto na obrazovkách objevila 1. ledna ve 23:59 minut, během vysílání *Tonight Show* s Johnnym Carsonem. Tento zákon je do jisté míry i příčinou vzniku late-night talk show *Tomorrow* (NBC, 1973-82). Tabákové reklamy byly v televizním průmyslu do té doby jedním z hlavních

³⁵ ASSOCIATED PRESS. Leno promises smooth transition to O'Brien. In: *Today* [online]. 28. 9. 2004 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.nbcnews.com/id/6115643/site/todayshow/ns/today-entertainment/t/leno-promises-smooth-transition-obrien/#.UQ6GuKXWKUo>

³⁶ Conan O'Brien Says He Won't Host 'Tonight Show' After Leno. In: *New York Times* [online]. 12. 1. 2010 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2010/01/12/conan-obrien-says-he-wont-do-tonight-show-following-leno/>

zdrojů příjmu, podle některých údajů přišly televizní stanice až o 220 milionů dolarů ročně.³⁷

Proto se mnoho stanic snažilo ušlou ztrátu aspoň částečně nahradit. Jedním způsobem, který měl získat aspoň část peněz zpět, bylo prodloužení vysílacího dne o jednu hodinu.³⁸ Proto byla představena nová talk show *Tomorrow* s Tomem Snyderem (viz. Příloha F) jako moderátorem. *Tomorrow* byla vysílána hned po skončení *Tonight Show*, tehdy ještě moderované Carsonem. Formát *Tomorrow* však byl v kontrastu oproti ostatním late-night programům, jednalo se o uzavřené studium bez přítomnosti publika, byla zde absence zábavných vystoupení a vše směřovalo k hlubokému, ničím nerušenému rozhovoru mezi moderátorem a hostem. Spíš by se v tomto případě hodilo označení „noční diskuzní pořad“.

Tom Snyder dokázal plynule držet vlákno konverzace a podle situace a hosta alternoval mezi jednoduchými otázkami a tvrdšími dotazy „na tělo“. Celkově si show udržovala poměrně skromnou image, zejména proto, že zisky z ní byly oproti ostatním pořadům menší, což bylo dáno především vysílacím časem a s tím souvisejícím problémem – reklamní prostor v tuto dobu je velice levný a málo účinný.

Hosty pořadu byly někdy méně známé, někdy kontroverzní osobnosti, často z hudební sféry. Navzdory věcnému zaměření pořadu došlo i zde k několika památným momentům, které pomohly show zvýraznit.

Pravděpodobně nejvýraznějším z takových bylo interview s Johnem Lennonem v roce 1975, které se nakonec ukázalo být umělcovým posledním televizním rozhovorem předtím, než byl 8. prosince 1980 zastřelen. Po zveřejnění této zprávy byla mimořádně odvysílána repríza pět let starého interview, ačkoli o něm sám Snyder prohlásil, že „nebylo ničím výjimečné, nepřinášelo nic nového ani historicky významného, ale bylo ze života muže, který byl v 60. letech v čele revoluce v oblasti populární hudby.“³⁹

Mezi další zajímavé momenty show patřil rozhovor s rockovou kapelou „Kiss“ z roku 1979, kdy se kytarista Paul Daniel „Ace“ Frehley dostavil do studia posilněn

³⁷ INGRAM, B. Cigarette advertising on TV. In: *TV Party* [online]. [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.tvparty.com/vaultcomcig.html>

³⁸ KAPLAN, J. The beast is back. In: *New York Magazine* [online]. New York Media, LLC, 1994, vol. 27, iss. 31 [cit. 2013-02-04]. ISSN 0028-7369. Dostupné z: http://books.google.cz/books?id=WOMCAAAAAMBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

³⁹ The Tomorrow Show (John Lennon) 1975 part 1. In: *Youtube* [online]. 30. 6. 2008 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: http://www.youtube.com/watch?v=58hSFj_9Gfs. Kanál uživatele beatlesmac7363.

alkoholem, což vyústilo v několik neplánovaných a zábavných momentů. Během celého interview se další členové skupiny, zejména Gene Simmons a Paul Stanley, pokoušeli udržet Frehleyho na uzdě.⁴⁰ Tento moment přispěl k dlouhodobě napjatým vztahům mezi členy, Frehley nakonec v roce 1982 kapelu opustil a Paul Stanley v interview z roku 2012 označil jeho chování během *Tomorrow* za nedůstojné.⁴¹

V roce 1980 došlo ke změně struktury celého pořadu, navzdory Snyderovým námitkám. Show byla přejmenována na *Tomorrow Coast to Coast*, začala se natáčet před živým publikem a ke Snyderovi se jako spolumoderátorka přidala fejetonistka Rona Barrett. Právě její přítomnost, spolu s jejím egem, vadila Snyderovi nejvíce, což mezi oběma vyústilo v intenzivní zášť.⁴²

Konec Snyderova pořadu nastal v roce 1982, když byla uvedena *The Late Night with David Letterman*. Ta měla místo *Tomorrow Coast to Coast* následovat ihned za *Tonight Show*, což by pro Snydera, jehož pořad už tak stál mimo ideální vysílací čas, znamenalo posun na 01:30. To odmítl, načež byl celý pořad rovnou zrušen.

Na televizních obrazovkách se ale Snyder objevil znovu v roce 1995, tentokrát jako moderátor *The Late Late Show (CBS, 1995~)*. Show byla vytvořena Lettermanovou produkční společností „Worldwide Pants“ a Letterman sám vybral za nového moderátora právě Snydera, jehož byl fanouškem už od počátku vysílání *Tomorrow*. Sám Letterman byl jedním z nejčastějších hostů ve Snyderově *Tomorrow*.⁴³

Nová *Late Late Show With Tom Snyder* navazovala přímo na *Late Night with David Letterman* a do značné míry si zachovala formát, který Snyderovi vyhovoval už během *Tomorrow* a který se vymykal běžným praktikám late-night, tedy hlubší a delší rozhovory s menším počtem hostů, ve studiu bez diváků a hudebního doprovodu.

⁴⁰ KISS On The Tomorrow Show With Tom Snyder – 1979. In: *Youtube* [online]. 31. 5. 2012 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0c6XVaNZzZk>. Kanál uživatele Necra Monium.

⁴¹ LESEMAN, L. Paul on rocking and rolling... for four decades. In: *KISS Online* [online]. 12. 10. 2012 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: <http://www.kissonline.com/news/title/paul-on-rocking-and-rolling-for-four-decades>

⁴² BOYER, P. J. Snyder-Barrett Feud No Closer To Resolution. In: *The Sumter Daily Item* [online]. South Carolina: Osteen Publishing Co., 1980, vol. 86, iss. 44, s. 4B. [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: <http://news.google.com/newspapers?id=cmlIAAAAIBA&sjid=qKoFAAAAIBA&pg=2077%2C6538766>

⁴³ CARTER, B. CBS and Letterman Give Snyder Official Welcome. In: *New York Times* [online]. 10. 8. 1994 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/1994/08/10/arts/cbs-and-letterman-give-snyder-official-welcome.html>

Orientace na informativnost vyplývá z faktu, že na rozdíl od ostatních moderátorů tohoto žánru nebyl Snyder původní profesí bavič, ale novinář.

Po Snyderově odchodu v roce 1999 ale byla show přeměněna na klasický formát, který žánrově více navazoval na Lettermana a do jejího čela byl postaven Craig Kilborn. V nové *Late Late Show with Craig Kilborn* byla k vidění i česká modelka Petra Němcová, vystupující v jednom z nepříliš úspěšných segmentů jako televizní rosníčka.

Ačkoli politické diskuse jsou z větší části doménou ranních show, jejich zábavná mutace se vyskytuje i v žánru late-night. Glosování a parodování aktuálních událostí, které mnohdy mají politický podtext, zábavné monology na úkor konkrétních politických představitelů nebo živé rozhovory s nimi přímo ve studiu jsou zaručené způsoby, kterak publikum pobavit. Zároveň umožňují vnést do žánru zpravodajský rozměr, byť notně odlehčený. V tomto ohledu měla na žánr velký vliv britská show *That Was The Week That Was* (BBC TV, 1962-63), také známá pod zkratkou *TW3*. Přestože se na obrazovkách neudržela příliš dlouho, sloužila jako inspirace pro většinu pozdějších politicky zaměřenějších show. Text úvodní znělky pořadu byl vždy pozměněn tak, aby odrážel aktuální dění, zbytek programu ctil klasická pravidla žánru late-night show. Pořad byl však politiky vnímán jako kontroverzní a koncem roku 1963 byl zrušen.⁴⁴ Stejnomená americká verze tohoto pořadu se vysílala na stanici NBC v letech 1964-65.

Později byl v Británii žánr politické satiry vzkříšen s příchodem *Not the Nine O'Clock News* (BBC2, 1979-82), která se prezentovala jako parodie na večerní zpravodajskou relaci kanálu BBC s názvem *BBC Nine O'Clock News*. Formát byl v jádru totožný s *TW3*, hlavní náplní pořadu byly zábavné skeče na aktuální témata a aspekty populární kultury, dále např. upravené videozáběry, reklamy a parodie známých písní. Pořad také pomohl nastartovat kariéru komika Rowana Atkinsona, který se později proslavil po celém světě jako Mr. Bean.⁴⁵ Ve Spojených státech pořad inspiroval vznik obdobné show *Not Necessarily the News* (HBO, 1983-90).

Politická satira je nejspíše jedinou oblastí žánru, kde Amerika reagovala na zámořské trendy, konkrétně z Velké Británie. Vznikaly tak např. pořady jako *Rowan & Martin's Laugh-In* (NBC, 1968-73), *Politically Incorrect* (Comedy Central, 1993-97 /

⁴⁴ That Was The Week That Was. In: BBC [online]. [cit. 2013-02-05]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/comedy/twtwtw/>

⁴⁵ Not The Nine O'Clock News. In: BBC [online]. [cit. 2013-02-05]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/comedy/notthenineoclock/>

ABC 1997-2002), *The Daily Show (Comedy Central, 1996~)*, a *The Colbert Report (Comedy Central, 2005~)*. Vzhledem k zábavnějšímu zaměření takových pořadů je zde časté prolínání s prvky jiných žánrů, zejména variety show, kterou často zastupují humorné skeče. V této oblasti lze ale vymezit dva hlavní proudy, skutečnou politickou satiru a pseudo-satiru. Ta skutečná se vyznačuje tím, že je v menšinovém zastoupení a navzdory svému kousavému zpracování nabízí pohled na skutečná a aktuální politická témata, z toho důvodu může být také napadána jako kontroverzní. Oproti tomu pseudo-satira odsunuje samotnou politiku stranou a zaměřuje se na samotné osobnosti politiků, zvýrazňování a zesměšňování jejich konkrétních (zlo)zvyků, či šíření kategorických názorů na celou politiku jako takovou, často z pohledu frustrovaného a nespokojeného občana. Skutečná satira nese určité aktuální poselství, pseudo-satira má za cíl pouze „bezpečně“ pobavit. Ačkoli (vzhledem ke komerční povaze médií) musí být cílem komediálních vystoupení širší politické spektrum, většinou se jedná o humor, který osloví všechny bez rozdílu.⁴⁶

2.2 Variety show

Budeme-li pátrat po obecné definici žánru variety show, narazíme vždy na několik období tvrzení, které ho označí za divadelní žánr, sestávající ze série samostatných zábavných vystoupení, nejčastěji zahrnující pěvecká, taneční, akrobatická a jiná zajímavá čísla. Z toho jasně vyplývá, že žánr jako takový nebyl objevem televize, ba dokonce ani rozhlasu. Z moderního hlediska ale právě až během těchto dvou období dosáhla variety show největší popularity.

Charakteristikou žánru je přítomnost uvaděče, který slouží jako nit, která spojuje všechna jednotlivá vystoupení do souvislého celku. Ten je často označován zkratkou MC (z angl. „Master of Ceremonies“), a často může publiku vyplnit prodlevy vyprávěním vtipů či krátkých historek, ale přinejmenším v původním pojetí se samotných vystoupení zpravidla neúčastní, jeho role je z větší části organizační. V moderních dobách tento pojem již splývá s pojmem „moderátor“.

Samotná historie variety show, resp. jejích přímých předchůdců, ale sahá mnohem dále – kam až přesně, to se odvíjí především od toho, co vše do žánru zahrnujeme. Z liberálnějšího úhlu pohledu můžeme za prvky variety označit vystoupení středověkých šašků, žonglérů a polykačů ohně. Stejně tak i žebráky, snažící se upoutat kolemjdoucí

⁴⁶ PETERSON, R. L. *Strange Bedfellows: How Late-Night Comedy Turns Democracy Into a Joke*. 1st ed. New Jersey: Rutgers University Press, 2008, s. 22-26. ISBN 978-0-8135-4284-3.

vlastní hudební produkcí, a panoptika, předchůdce pozdějších cirkusů, která návštěvníkům nabízela pohled na fyzicky postižené jedince, kteří byli (často proti své vůli) nuceni přihlížející pobavit. I tyto aktivity ale mají své kořeny ještě dále, mnohdy až v dobách dávného starověku.

V dobách před rozmachem rozhlasu a televize patřila divadelní variety show k velice oblíbeným žánrům. Nejprve se vyvinula z hospodské zábavy, kterou v počátcích obstarávalo třeba i jedno jediné piano, tančící dámská obsluha a zpívající hospodský.⁴⁷ Popularita takovéto zábavy byla prvním krokem k růstu a ustanovení variety show jako samostatného žánru. Jeho průkopníci organizovali představení napříč obrovským územím a vlastnili celé sítě divadel, barů a cirkusů, které byly připraveny přichozím nabídnout takový druh zábavy, který stěží mohli vidět někde jinde.

V televizním světě žánr variety show dosahoval svého vrcholu v 60. letech 20. století, zatímco v 70. letech už byl žánr viditelně na ústupu. V současné době už původní podoba žánru z obrazovek zcela vymizela.⁴⁸ Téměř po celou dobu svého trvání napodoboval své divadelní a cirkusové předchůdce, což byla nakonec i jedna z příčin jeho upadající popularity, jelikož vedle nových a rozvíjejících se žánrů variety show přinášela jen naprosté minimum inovací.

⁴⁷ CULLEN, F. *Vaudeville Old & New: An Encyclopedia of Variety Performers in America, Volume 1*. 1st ed. Routledge, 2004, s. xiv. ISBN 978-0-415-93853-2.

⁴⁸ BLUMENTHAL, H. J., GOODENOUGH, O. R. *This Business of Television: The Standard Guide to the Television Industry*. 3rd ed. New York: Billboard Books, 2006, s. XXII. ISBN 978-08230-7763-2.

2.2.1 Varieté

Pojem varieté je českou obdobou anglického názvu „music hall“, který označuje specifickou podobu britského divadla od 50. let 19. století. Jednalo se o zábavní podnik, připomínající svým stylem kombinaci cirkusu a kabaretu.⁴⁹ Na jevišti vystupovali nejrůznější umělci, ať už se jednalo o zpěváky, akrobaty, tanečníky či jiné. Před jevištěm byla rozsáhlá plocha vyplněná stoly a židlemi, často existovala i možnost občerstvení.

Samotné varieté se vyvinulo z veřejných domů, které ovšem nezahrnovaly to, co pod nimi většina lidí rozumí dnes – tyto veřejné domy byly podobné dnešním hospodám. Svým hostům většinou nabízely nějakou formu rozptýlení, ať už šlo o zpěváky nebo tanečnice, běžné byly i malé hrací místnosti, kde si mohli návštěvníci zahrát karty nebo kulečnick. Jelikož tato zábava v hustě obydlených oblastech představovala atraktivní zdroj příjmů, začaly se k veřejným domům už od počátku 19. století přistavovat tzv. salony, což byl počátek vzniku varieté. Jejich rozvoji silně napomohl i „Theatres Act“ (Zákon o divadlech) z roku 1843. Ten umožnil jednotlivým samosprávním celkům udělovat licence divadelním zařízením a uvolnil do té doby silnou cenzuru. V reakci na tuto změnu poměrů byla v některých případech k veřejným domům přistavena celá divadla.⁵⁰

Do atmosféry klasických divadel ale měla tato zařízení daleko. Narozdíl od nich zde mělo hlavní slovo publikum, z největší části tvořené nejnižšími společenskými vrstvami. Mnozí přítomní ani nemuseli věnovat pozornost tomu, co se děje na jevišti. Hlasitý hovor, flirtování s přítomnými dámami a konzumace alkoholických nápojů, to vše bylo na denním pořádku. Umělci, kteří svou tvorbou publikum nezaujali a nepobavili, byli mnohdy s ostudou vypískáni. Nejčastěji se hrály komedie vykreslující situace ze života různých společenských vrstev, mnohá vystoupení ale připomínala cirkusová či kabaretní čísla.

Jedním z prvních, největších a nejvýznamnějších varieté bylo Canterbury Hall v Londýně, otevřené v roce 1852 (viz. Příloha G). Díky obrovské popularitě, kterou si získalo, muselo být několikrát přestaveno a přejmenováno na New Canterbury Hall, největší svého druhu. Začátkem 20. století ale popularita varieté začala zvolna upadat,

⁴⁹ CULLEN, F. *Vaudeville Old & New: An Encyclopedia of Variety Performers in America, Volume 1*. 1st ed. Routledge, 2004, s. 16. ISBN 978-0-415-93853-2.

⁵⁰ KENRICK, J. *A History of the Musical: The British Music Hall*. [online]. © 2000, revised 2003 [cit. 2013-02-05]. Dostupné z: <http://www.musicals101.com/musichall.htm>

proto byla budova v roce 1922 přestavěna na biograf, který fungoval až do druhé světové války, kdy byl vážně poškozen během bombardování v roce 1942. Poslední zbytky budovy byly strženy v roce 1955.⁵¹

2.2.2 Vaudeville

Na americkém kontinentě byla obdobou varieté žánr vaudeville, který se vyvíjel souběžně se svým britským protějškem. Samotný výraz vaudeville má kořeny ve francouzském souboru krátkých básní *Vaux-de-Vire*, z 15. století. Ty si zachovaly svou popularitu po celá dvě staletí a jejich název byl nakonec zkomolen na *voix de ville*, znamenající „hlas města“.⁵² Počátky vaudeville lze spatřit v tzv. „honky-tonks“ neboli salonech, které svou strukturou odpovídaly raným britským varieté, včetně poměrně primitivního humoru a nevzdělaného publika z nižších vrstev společnosti. Z britských varieté také čerpal žánr známý jako burleska, který často přepracovává známé dílo erotičtější formou.

Ve snaze přiblížit vaudeville i vyšším vrstvám a celým rodinám začal bývalý principál Tony Pastor produkovat „nezávadná“ představení, která značně kontrastovala s tehdejší podobou žánru, a v roce 1865 si v podobné tradici otevřel v New Yorku své vlastní divadlo „*Tony Pastor's Opera House*“.⁵³

Za hlavního průkopníka americké vaudeville lze považovat Benjamina Franklina Keitha, který pozvedl vaudeville na formu umění a především mu dal organizovanou strukturu. V roce 1884 se svým tehdejším obchodním partnerem Georgem H. Batchellerem vedl „*Keith and Batcheller's Mammoth Museum*“. Právě v patře nad tímto muzeem začali oba provozovat pravidelné vystoupení umělců všeho druhu. Toto místo proto bývá označováno za rodiště vaudeville jako samostatného žánru. Hned další rok ale Batchellera vystřídal jako obchodního partnera Edward Franklin Albee II., se kterým Keith zažil největší úspěchy. Během následujících let zřídili síť divadel po celém území

⁵¹ LLOYD, M. Charles Morton's Canterbury Music Hall, 143 Westminster Bridge Road, Lambeth, London. [online]. *ArthurLloyd.co.uk* © 2001-13 [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.arthurlloyd.co.uk/canterbury.htm>

⁵² CULLEN, F. *Vaudeville Old & New: An Encyclopedia of Variety Performers in America, Volume 1*. 1st ed. Routledge, 2004, s. xii. ISBN 978-0-415-93853-2.

⁵³ STRAUSBAUGH, J. The Godfather of Vaudeville. In: *The Chiseler* [online]. [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://chiseler.org/post/28338618741/the-godfather-of-vaudeville>

Spojených států a Kanady. Spolu si také roku 1994 v Bostonu pořídili divadlo, které se stalo symbolem vaudeville v celých Spojených státech, „*B. F. Keith's Theatre*“.⁵⁴

Stejně jako ve Velké Británii, i zde nastal úpadek žánru v období mezi dvěma světovými válkami. Stále více se rozvíjející film, televizní průmysl a hospodářská krize z přelomu 30. let 20. století společnými silami přinesly konec žánru vaudeville, byť některé jeho prvky se přesunuly do nově vznikajícího média a přežívají v různých televizních žánrech do dnešních dnů. Rovněž se i mnoho umělců přesunulo z živých vystoupení před televizní kamery, které nabízely nesrovnatelně větší potenciální publikum. Koncem vaudeville se tedy spíše rozumí adaptace jeho struktury rozhlasem a televizí.

2.2.3 Vývoj variety show

V posledních několika dekádách se začíná silně stírat rozdíl mezi variety show a podobnými žánry, zejména talk show. Zatímco klasický proud talk show si udržuje svůj charakteristický směr, veliké množství pořadů do sebe implementuje prvky variety show. Nejznámějším výsledkem tohoto žánrového prolínání jsou late-night talk shows, specifické výhradně pro území Spojených států amerických.

Variety show se nejprve přesunula z divadelních prken do rozhlasových studií. Vzhledem k čistě auditivní povaze média byla omezena téměř výhradně na hudební vystoupení, ale již v této době se začaly rýsovat osobnosti, které posléze úspěšně přešli na televizní obrazovky, a svými pořady pomáhali definovat televizní variety show.

Prvním takovým průkopníkem byl bezesporu Arthur Godfrey (viz. Příloha H), jehož kariéra v rádiu se datuje do 30. let 20. století. Godfreyho od tehdejších hlasatelů odlišoval osobnější přístup k posluchačům – byl odpůrcem umělého, monotónního a suchého projevu, který tehdejší rozhlasovým pořadům dominoval. Do poloviny 40. let moderoval několik menších pořadů, ve kterých sám prokládal mluvené slovo zpěvem, hrou na ukulele a příjemným konverzačním tónem. Ukulele se pro něj staly charakteristickým hudebním nástrojem i během televizního působení. Právě Godfreymu lze připisat zodpovědnost za jejich obrovskou popularitu v 50. letech.

Pro Godfreyho byly charakteristické jeho improvizací tendence (odmítl se ve všem řídit scénáři) a vztah ke sponzorům jeho pořadů. Často během vysílání propagoval produkty, které on sám používal, jindy posluchače a diváky pobavil

⁵⁴ Benjamin Franklin Keith (1846-1914). In: *Boston Opera House [online]*. [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.bostonoperahouse.com/BenjaminFranklinKeith.htm>

zkomolením názvu vlivného sponzora. Všechny tyto výstřelky mu ovšem procházely, zejména proto, že se to vyplatilo sponzorům samotným. Godfrey ve své době totiž patřil k neznámějším osobám rozhlasového a televizního světa, v důsledku čehož jeho názory na konkrétní produkty často ovlivňovaly jejich skutečnou prodejnost.⁵⁵

Godfrey se ještě více zviditelnil v roce 1945, kdy velmi emotivně posluchačům líčil situaci z pohřbu tehdejšího prezidenta Franklina D. Roosevelta, se kterým se osobně znal. Rozhlasovou (a později i televizní) show, která ale Godfreyho opravdu katapultovala ke hvězdám, byla *Arthur Godfrey's Talent Scouts* (CBS, 1946-58). Svým konceptem v mnohém připomínala talentové show především z 21. století. Už v roce 1948 přešla i na televizní obrazovky. V každém pořadu Godfreyho hledači talentů přivedli několik jedinců, většinou zpěváků, ale také třeba imitátorů, kteří soutěžili o přízeň před živým publikem. Vítězem byl prohlášen ten, kdo sklidil od publika nejsilnější aplaus.

Koncept talentových show ale nebyl objeven Godfreyem. Už od roku 1934 byla vysílána show s názvem *Major Bowes Amateur Hour* (WHN, 1934-52), která během svého trvání prošla hned několika rozhlasovými stanicemi. Moderátorem pořadu byl charismatický a přísný Edward Bowes, který si potrpěl na oslovení „Major“ (viz. Příloha I). V porovnání s Godfreyem byl, co se rozhlasového stylu týče, jeho pravým opakem. Ve svém pořadu představoval zástupy lidí, toužících stát se hvězdami, ale nikomu nic nedaroval zadarmo. Ikonou programu se stal veliký gong, kterým Bowes nemilosrdně odepisoval méně talentované účinkující přímo během jejich vystoupení.⁵⁶

Po Bowesově smrti v roce 1946 pořad převzal mladší a vstřícnější Ted Mack, který také pořad přivedl v roce 1948 na televizní obrazovky, kde byl s krátkými přestávkami vysílán všemi největšími stanicemi té doby (v chronologickém pořadí – Du Mont, NBC, ABC, CBS), nejprve jako *The Original Amateur Hour* a od roku 1955 už jako *Ted Mack and The Original Amateur Hour*. Vzhledem k tomu, že formát show neměl konkrétně vymezenou cílovou skupinu, podařilo se jí udržet na obrazovkách do roku 1970, kdy začal celý žánr variety show upadat. Univerzalita formátu byla nejspíše i jednou z příčin, proč se stanice Family Channel roku 1992 rozhodla pořad oživit, nikoli jako nový

⁵⁵ KIENZLE, R. The 50's TV Star Who Drove The Real 'Mad Men' Mad. In: *Community Voices of the Pittsburgh Post-Gazette* [online]. 28. 3. 2012 [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://communityvoices.sites.post-gazette.com/index.php/arts-entertainment-living/get-rhythm/32410-the-50s-star-who-made-mad-men-madder>

⁵⁶ Major Bowes. In: *Old Time Radio Catalog* [online]. [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://www.otrcat.com/major-bowes-p-1575.html>

program, ale v jeho originální podobě, tentokrát pod názvem *The New Original Amateur Hour*. První „nová“ epizoda tak byla uvedena pod číslem 1 652 (počítáno od začátku pořadu v roce 1934), ale nakonec jich bylo odvysíláno jen 13.⁵⁷

Pravděpodobně nejvýznamnějším gigantem televizního průmyslu s počátky v dobách rozhlasu byl Milton Berle (viz. Příloha J). Jeho kariéra ve skutečnosti začala už v dobách vaudeville, kde vystupoval jako schopný a populární bavič. V roce 1936 poprvé vstoupil do světa rozhlasu jako pravidelný host zábavné variety show *The Gillette Original Community Sing* (CBS, 1936-37). Od té doby účinkoval v několika dalších rozhlasových show, ale vždy jen krátkodobě. V březnu 1947 vedl svůj vlastní pořad *The Milton Berle Show* (NBC, 1947-48), kvůli kterému dokonce odmítl několik velice lukrativních nabídek na vystupování v různých nočních klubech.

Ani tento program se ale nějak výrazně nezapsal do dějin. Krátce po jeho zrušení v roce 1948 Berle přešel ke stanici ABC s novým pořadem *Texaco Star Theater* (ABC, 1948-49). Ačkoli i tento pořad vydržel jen necelý rok, jednalo se o počátek něčeho mnohem většího. *Texaco Star Theater* (NBC, 1948-53) se dočkal převedení na televizní obrazovky a právě tam byl Berle jako rozený komik ve svém živlu. Své působení v rozhlase později shrnul slovy: „Čtení ze scénáře mi nikdy moc nesedlo. Byl jsem zvyklý improvizovat na místě před živým publikem, vnímat ho, pracovat s ním. Scénář vás svazuje, a jelikož rádio je médiem pro uši, a ne pro oči, tak to není nejlepší místo pro groteskního komika.“⁵⁸

Na skončení *Texaco Star Theater* Berle navázal svým dalším pořadem *The Buick-Berle Show* (NBC, 1953-55) a následně *The Milton Berle Show* (NBC, 1955-56). Milton Berle se v průmyslu stával stále větším pojmem – na počátku jeho televizní kariéry ještě nedošlo k masovému rozšíření televizorů (právě na něm měl lví podíl *Texaco Star Theater*), ale v dalších letech jeho popularita rostla stejnou měrou jako obliba nového média. V 50. letech, na vrcholu své kariéry, se stal známým jako „Strýček Miltie“ a „Pan Televize“.⁵⁹

Ve své době nejdéle vysílanou variety show byla *Toast of the Town* (CBS, 1948-71), od roku 1955 známější podle svého moderátora pod jménem *Ed Sullivan Show*.

⁵⁷ Radio & TV History : Fact Sheet. *Originalamateurhour.com* [online]. © 2008 [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://www.originalamateurhour.com/history/factsheet.htm>

⁵⁸ BERLE, M. *An Autobiography*. 1st ed. New York: Applause Books, 2002, s. 190. ISBN 978-1557835857.

⁵⁹ Milton Berle. In: *Encyclopaedia Britannica* [online]. [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/62052/Milton-Berle#ref750195>

Ed Sullivan (viz. Příloha K) se stal populární postavou amerických domácností, přestože byl před kamerou nováčkem a mnozí jeho kolegové ze showbusinessu často kritizovali jeho neprofesionální, až amatérské vystupování. Bavič Alan King o něm prohlásil: „*Ed Sullivan nedělá nic, ale je v tom lepší než kdokoli jiný v televizi.*“⁶⁰

Přesto nelze popřít, že právě Sullivan svým pořadem ustálil podobu žánru televizní variety show. I několik desítek let od jejího skončení si moderní televizní variety show (ačkoli inklinují i k žánru reality TV) zachovávají mnohé prvky, které přinesla *Ed Sullivan Show*. Sullivan dával mnoho prostoru umělcům z celého světa a značnou měrou se zasadil o zviditelnění afroamerické komunity na televizních obrazovkách. V dnešní době je to vnímáno jako samozřejmost, ale široká americká veřejnost v tehdejší době neměla takřka žádnou zkušenost s odlišnými kulturami. Díky Sullivanovi se tak lidé mohli na obrazovkách poprvé setkat s talentovanými umělci jako Louis Armstrong nebo Diana Ross. Svůj podíl má i na popularizaci rockové hudby, čímž si na svou stranu získal mladší publikum. Mezi jeho hosty patřili The Beatles, The Doors, Marvin Gaye a další. V některých případech ale od nich bylo vedením stanice vyžadováno, aby poupravili potenciálně kontroverzní texty svých písní. Většina umělců vyhověla, ale například Bob Dylan ze studia odešel a už se v pořadu nikdy neobjevil.⁶¹

Největší úspěch svého pořadu Sullivan zaznamenal, když poprvé pozval do studia Elvise Presleyho. Presley už tehdy měl za sebou několik televizních vystoupení a jeho (dle tehdejších standardů) provokativní taneční kreace vyvolaly silnou kontroverzi, která byla následně ještě posílena a šířena médii. Spolu s ním byl celý žánr rock 'n' roll označován za hudbu s negativním vlivem na mládež. Jelikož Sullivan svou show považoval za rodinný pořad, byl nejprve kategoricky proti jeho vystoupení. Předchozí show, ve které se Presley objevil, *Steve Allen Show*, se snažila představit zpěváka v novém světle, s důrazem na jeho hudební kvality. Faktem ale zůstává, že každé Presleyho vystoupení si získalo velikou publicitu a značně zvýšilo sledovanost, což si nechtěli nechat ujít ani producenti *Ed Sullivan Show*. Nakonec se Presley v Sullivanově pořadu objevil třikrát. Během jeho posledního vystoupení, 6. ledna 1957, zasáhli cenzoři a Presley byl natáčen pouze od pasu výš.⁶²

⁶⁰ NACHMAN, G. A really big showman ... In: *Los Angeles Times* [online]. 4. 7. 2011 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://articles.latimes.com/2011/jul/04/entertainment/la-et-ed-sullivan-20110704>

⁶¹ SIMON, R. The Ed Sullivan Show. In: *The Museum of Broadcast Communications* [online]. [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=edsullivans>

⁶² DOLL, S. *Elvis Presley Biography: Elvis Presley on The Ed Sullivan Show*. [online]. [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://entertainment.howstuffworks.com/elvis-presley-biography12.htm>

Se Sullivanovým těžkopádným, kritizovaným, leč populárním stylem ostře kontrastuje osobnost Sida Caesara. Ten se jako moderátor vlastního pořadu na obrazovkách objevil v *The Admiral Broadway Revue* (NBC+Du Mont, leden-červen 1949). Kvůli odchodu hlavního sponzora (společnosti Admiral, výrobce domácích spotřebičů) měla show jen krátkého trvání. I přesto byla úspěšná a dala světu televizní zábavy novou moderátorskou dvojici Sid Caesar & Imogene Coca (viz. Příloha L). Sám Caesar o své televizní partnerce později tvrdil: „*Já a Immy jsme spolu mimo kamery moc nemluvili, ale jakmile jsme se ocitli na jevišti, byli jsme jako jedna bytost. Pracovat s ní bylo jako pracovat s někým, koho znáte celý svůj život, od prvních okamžiků.*“⁶³ Toto duo se vrátilo na obrazovky hned následující rok s pořadem *Your Show of Shows* (NBC, 1950-54), která si zachovávala prakticky identický formát s jejich předchozím programem. Zde spolu s Carlem Reinerem a Howardem Morrisem vytvořili populární tým komiků, známý pro svůj přirozený smysl pro humor, vynikající souhru a zábavné skeče, často z prostředí každodenních situací.

V roce 1954 byla oblíbená dvojice rozdělena, a zatímco Imogene Coca po krátkou dobu moderovala svou vlastní *The Imogene Coca Show* (NBC, 1954-55), Caesar byl o poznání úspěšnější se svým vlastním pořadem *Caesar's Hour* (NBC, 1954-57). Tento pořad byl obecně považován za pokračovatele *Your Show of Shows*, o čemž svědčí i fakt, že si s sebou Caesar přivedl část štábu a účinkujících z předchozího pořadu, zejména své komediální partnery Carla Reinerja a Howarda Morrisa, zatímco řady tvůrců pořadu posílil mimo jiné i budoucí slavný režisér Woody Allen.

Ačkoli většina pionýrů televizní variety show byli původně baviči ze zkušenostmi z vaudeville, nebylo to pravidlem. To dokazuje i známá rozhlasová hvězda Dinah Shore, která se stala jednou z prvních žen, které na obrazovce představily své vlastní pořady. Jejím prvním pořadem byla krátká (cca 15minutová) *The Dinah Shore Show* (NBC, 1951-56), která v sobě kombinovala zpěv moderátorky a hudebně-taneční vystoupení jejího hosta. Po skončení pořadu dostala Dinah možnost moderovat další, tentokrát delší pořad, *The Dinah Shore Chevy Show* (NBC, 1956-63). Každý díl zahájilo krátké hudební číslo moderátorky, následovala vystoupení a krátké rozhovory hostů, převážně z hudební oblasti, jako tomu bylo u starší verze pořadu. Oproti ní ale byli často k vidění i hosté z jiných profesí. Kromě příjemně vystupující moderátorky byl pro show charakteristický i silný vliv sponzora pořadu, automobilové společnosti Chevrolet.

⁶³ CAESAR, S., FRIEDFELD, E. *Caesar's Hours: My Life in Comedy, with Love and Laughter*. 1st ed. New York: PublicAffairs, 2005, s. 95. ISBN 978-1-58648-283-1.

Show byla v každé epizodě přerušena reklamou, kromě toho i samotná moderátorka proslula jako propagátorka této značky – jako uzavírací znělku pořadu zpopularizovala krátkou reklamní píseň „*See the USA in your Chevrolet*“, kterou Chevrolet používal od přelomu 40. a 50. let. Lze bez nadsázky říci, že co byl Arthur Godfrey pro ukulele, to byla Dinah Shore pro Chevrolet. To se naplno projevilo v roce 1960, kdy se po pouhých dvou letech od uvedení na trh stal model Chevrolet Impala nejprodávanějším vozem v Americe.⁶⁴ Po desetileté pauze se Dinah objevila před publikem znovu, tentokrát jako moderátorka své denní talk show *Dinah!* (*syndikováno, 1974-80*).

60. léta jsou obecně považována za největší rozkvět variety show na televizních obrazovkách. V té době zde bylo velké množství populárních show, a ještě větší počet oblíbených moderátorů, umělců a dalších televizních osobností. Zkombinovat toto vše dohromady se pokusil *The Hollywood Palace* (ABC, 1964-70), vysílaný ze stejnojmenného divadla přímo z hollywoodského bulváru. Ačkoli připomínal klasickou variety show, nebyl spjat s žádnou jedinou osobností – moderátoři se při každém natáčení střídali a svůj prostor dostaly všechny významné osobnosti už od počátku vývoje žánru. Další specialitou *Hollywood Palace* bylo jeviště, které bylo možné přímo během představení modifikovat, některé části otočit nebo odebrat a nahradit jinými, a vytvořit tak pro každé představení trochu jinou atmosféru. Také právě zde se v roce 1964 v americké televizi poprvé představila populární rocková skupina Rolling Stones.⁶⁵

Šedesátá léta byla pro Spojené státy v mnoha ohledech časem veliké změny. Začala se vymezovat kultura mladých, která svými hodnotami a postoji často kontrastovala se zažitými trendy, které ve společnosti tehdy převládaly. Nejvýraznějším aspektem této kultury byla hudba, konkrétně rock'n'roll, který v Americe šířili především britští umělci. Střet těchto protichůdných kultur se ale přenesl i do politické roviny. V této době totiž společnost dělily názory na válku ve Vietnamu – tehdejší prezident USA, Lyndon B. Johnson (úřad zastával v letech 1963-69), který patřil mezi zastánce války, podnítil Kongres k přijetí tzv. Tonkinské rezoluce (7. srpna 1964), která prezidentovi

⁶⁴ DOYLE, J. "Dinah Shore & Chevrolet". In: *The Pop History Dig* [online]. 22. 03. 2009, last update 4. 11. 2011 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.pophistorydig.com/?tag=see-the-usa-in-your-chevrolet>

⁶⁵ Rolling Stones - US TV (ABC) 'Hollywood Palace Show', Los Angeles, 3 June, 1964. In: *Youtube* [online]. 28. 4. 2012 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=xgCdt8CRI3w>. Kanál uživatele Cockroaches Fan.

dávala pravomoc použít standardní válečné postupy vůči Vietnamu bez předchozího vyhlášení války.

Johnsonův krok byl reakcí na událost, která do dějin vešla jako „Incident v Tonkinském zálivu“, který se měl skládat ze dvou samostatných útoků. V prvním, z 2. srpna 1964, byl několika vietnamskými plavidly napaden americký torpédoborec USS Maddox. V tom druhém, o dva dny později, měly vietnamské námořní síly bez varování napadnout americká plavidla v mezinárodních vodách. Už krátce po celém incidentu se objevily pochybnosti o autenticitě útoků, ale až o několik desetiletí později bylo potvrzeno, že k druhému útoku ve skutečnosti nikdy nedošlo.⁶⁶

Právě Johnsonovo odhodlání hnát zemi do války bylo impulsem, který rozdělil zemi na dva tábory. Zároveň se začala politika stávat (více než kdy jindy) na amerických obrazovkách cílem satiry. S tím také souvisí rozvoj politické cenzury. Doposud nebyla televizní variety show cenzurou příliš ohrožována, výjimkami byly téměř výhradně texty hudebních skupin, odkazující na drogy, alkohol či sexuální tematiku.

Věčnými bitvami s cenzory nejvíce proslula show *The Smothers Brothers Comedy Hour* (CBS, 1967-69). Bratři Thomas a Richard, známější jako Tom a Dick (viz. Příloha M), do své show často zvali kontroverzní hudebníky a politicky vyhraněné hosty, zejména odpůrce války ve Vietnamu. Přesto se ale bratři snažili přilákat k obrazovkám zastánce obou táborů, tzn. fungovat jako most mezi generacemi.

V zábavných skečích, kterými byla show prokládána, starší Tom většinou hrál roli roztržitého a méně bystrého člověka, často několikrát opakujícího své vlastní věty. Toto moderátorské duo se už od počátků své show vydalo na tehdy velice tenký led politické satiry. Jedním z prvních takových příkladů je skeč, obsahující dialog, ve kterém bratři kritizují návrh prezidenta Johnsona na zavedení nových daní, které by ztížily lidem vycestování za hranice území Spojených států. Vysvětlují, jak americká ekonomika trpí tím, že lidé utrácejí spoustu peněz v zahraničí. Tom navrhuje, že by prezident měl naopak přijít s nějakou formou pozitivní motivace. Vzápětí Dick vznáší očekávanou otázku, co by tedy měl prezident udělat, aby lidé přestali utíkat do zahraničí, načež Tom jednoduše odvětlí, že by mohl odejít prezident sám. Ačkoli z dnešního pohledu by takovému vtipu nikdo nepřisuzoval větší vážnost, v 60. letech byly rodinné zábavní

⁶⁶ Robert McNamara admits Gulf of Tonkin attack did not happen. In: *Youtube* [online]. 7. 3. 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=5AaGVAipGp0>. Kanál uživatele 1ThatWants911truth.

pořady (kam variety show jednoznačně patřila) vnímány odděleně od politického dění v zemi.⁶⁷

Oba bratři byli velkými odpůrci televizní cenzury. Tom Smothers shrnul jejich názory ve svém citátu: „*Jedinou přípustnou formou cenzury je rozhodnutí neposlouchat.*“⁶⁸ Nehodlali ale nátlaku své doby ustoupit a dále se zaměřovali na kontroverzní témata a hosty, které na televizních obrazovkách nebylo příliš vidět. Z těch se nejvíce v roce 1967 zvýraznil Pete Seeger, člen skupiny „Weavers“, která byla se všemi svými členy od roku 1950 umístěna na seznamu nežádoucích umělců, se spoustou dalších hudebníků. Po skončení druhé světové války totiž nastalo v Americe období zvýšených obav z komunistického režimu, resp. ze špiónů tehdejšího Sovětského svazu. Toto období je také známé jako McCarthyismus, podle svého hlavního představitele, senátora McCarthyho, a svými praktikami se v mnohém podobá středověké inkvizici. Logickým důsledkem tohoto strachu byla intenzivní vlna cenzury, která smetla i mnoho hudebníků, jejichž skladby často obsahovaly nějaký politický podtext.

Konkrétně u Seegera se jednalo o první veřejné vystoupení v médiích po 17 letech. Při této příležitosti zahrál píseň „*Waist Deep in the Big Muddy*“, ale bylo mu producenty pořadu nařízeno změnit jeden verš, který byl alegorickou narážkou na prezidenta Johnsona a jeho obhajobu války ve Vietnamu (ačkoli v podobném duchu se nesla téměř celá píseň). Seeger odmítl, načež bylo celé jeho vystoupení ze show vystřiženo.⁶⁹

Po prvním roce vysílání došla stanici CBS trpělivost a nařídila bratrům dodat každý předtočený díl deset dní před odvysíláním, aby mohl být případně závadný obsah odstraněn. Toto nařízení bratři využili jako možnost zjistit, kam až si mohou ve své satirě dovolit zajít. Za první rok vysílání se totiž narážky na rasismus, prezidenta Johnsona a situaci ve Vietnamu staly jedním z hlavních lákadel pořadu, zejména pro mladší publikum, a v určité míře byly zastoupeny téměř ve všech vystoupeních.

⁶⁷ 'The Uncensored Story' Of The Smothers Brothers. In: *National Public Radio* [online]. © 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z:

<http://www.npr.org/templates/transcript/transcript.php?storyId=130569467>

⁶⁸ *Thinkexist*. [online]. © 1999-2013 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z:

http://thinkexist.com/quotes/tommy_smothers/

⁶⁹ GENT, G. Seeger accuses C.B.S. over song; act cut when he refused to drop verse, says Seeger.

In: *New York Times* [online]. 15. 9. 1967 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z:

<http://www.peteseeger.net/nytimes09151967.htm>

Tyto spory ale nemohly trvat věčně, a tak v roce 1969 CBS show náhle zrušila. Důvodem bylo údajně to, že bratři neplnili podmínky o předčasném poskytnutí natočeného materiálu. Ti se krátce poté obrátili na soud, který v roce 1973 rozhodl, že CBS smlouvu bratrům vypověděla neoprávněně, a proto je musela odškodnit. Celý soudní proces byl mnohými vnímán jako boj za svobodu projevu v médiích, a přestože bratři Smothersovi se po něm už na televizní obrazovky nevrátili, zasloužili se o uvolnění mediální cenzury, a tak připravili půdu svým následovníkům v několika následujících dekádách.⁷⁰

Z odkazu bratrů Smothersových pravděpodobně nejvíc výtěžila show, která se vysílá již téměř 40 let, *Saturday Night Live* (NBC, 1975–). V průběhu let se svým formátem začala oddalovat od klasických variety show, jelikož přenesla důraz z vystoupení umělců na zábavné skeče parodující současné události, často ze světa politiky. Show si získala obrovskou popularitu a mnoho z jejích skečů proniklo do populární kultury. Zároveň drží rekord největšího počtu nominací na cenu Emmy v televizní historii – od zahájení vysílání byla nominována na 145 cen Emmy v oblasti variety show a televizní zábavy.⁷¹

Od svého počátku se na show podíleli talentovaní baviči a osobnosti, pro které se *Saturday Night Live* stala bránou ke slávě: Chevy Chase, Dan Aykroyd, Bill Murray, John Belushi, Eddie Murphy a mnoho dalších. Přestože show má svůj připravený scénář, tak je vysílána živě, s výjimkou náročnějších zábavných scének, vyžadujících postprodukcí. V živé části příležitostně dochází k více či méně úmyslným „přešlapům“, a to jak ze strany hostů, tak samotných stálých účinkujících. K těm mediálně nejzajímavějším patří vystoupení punkové kapely „Fear“ z roku 1981. Po zahájení jejich hudební produkce se nepodařilo udržet pod kontrolou rozvášněné publikum, které začalo vzápětí demolovat celé studio. Situaci musely nakonec řešit policejní jednotky. Vlnu pozdvižení vyvolala i zpěvačka Sinead O'Connor, když během svého pěveckého čísla na protest proti zneužívání dětí katolickými hodnostáři demonstrativně roztrhala fotografii tehdejšího papeže Jana Pavla II.⁷²

⁷⁰ BIANCULLI, D. Excerpt: 'Dangerously Funny'. In: *National Public Radio* [online]. 14. 10. 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=130569467>

⁷¹ Saturday Night Live. *Emmys.com* [online]. [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.emmys.com/shows/saturday-night-live>

⁷² HARRIS, S. The Worst 'SNL' Performances Ever. In: *Pop Eater* [online] 24. 4. 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.popeater.com/2010/04/24/worst-snl-performances/>

Navzdory jisté kultovnosti, o které se dá v souvislosti se *Saturday Night Live* hovořit, se od 70. a 80. let už nepodařilo vyprodukovat pořad, který by se blížil klasickému uměleckému formátu původní televizní variety show, přímo navazující na tradici vaudeville. Pokud se o to některé pokusily, záhy ztroskotaly. To byl i případ pořadu *Pink Lady* (NBC, březen-duben 1980), který se snažil oživit klasický formát a ozvláštnit ho kulturními odlišnostmi – pořad spolu s bavičem Jeffem Altmanem moderovalo japonské dámské duo „Pink Lady“ (Mitsuyo Nemoto a Keiko Masuda), podle kterého show dostala své jméno. Neznalost angličtiny u obou slečen byla sice středobodem mnoha vtipných narážek a scének, ale v konečném výsledku show spíše škodila. Přestože byla vysílána pouhých pět týdnů, stihla se mezitím umístit na 35. příčce žebříčku 50 nejhorších televizních show všech dob.⁷³

Neúspěch pozdějších variety show lze přisoudit tomu, že v tuto dobu už celý žánr zaznamenával migraci do dvou hlavních směrů: Tím prvním byl žánr talk show, kde varietní prvky přispěly k modernizaci a popularitě moderní podoby late-night show jako multižánrových programů. Druhým směrem byla reality show. Důsledkem tohoto spojení se do popředí po celém světě dostaly pořady typu *Idol*, *X Factor* a *Got Talent*, které jsou ve své podstatě pouhou aktualizací téměř 200 let starého konceptu vaudeville a variety. Shodou okolností pochází, stejně jako jejich předchůdci, z Velké Británie, odkud se následně rozšířily do celého světa.

2.3 Sitcom

Situační komedie, často uváděna zkráceným názvem sitcom, je zábavným rozhlasovým a televizním žánrem s vlastními specifiky. Postav v sitcomu zpravidla vystupuje jen několik. Většinou se jedná o charaktery, odpovídající společenským stereotypům, což divákům umožní jednoduše postavu identifikovat, asociovat si s ní specifické povahové rysy a lépe si s ní vytvořit odpovídající vazbu.

Z hlediska typologie lze vymezit tři hlavní druhy postav v sitcomu:

a) Hlavní postavy – ve většině případů jsou to právě hlavní postavy, které stojí v centru dění každé epizody. Zároveň jsou hlavním lákadlem pořadu a jejich jména mohou být uvedena i v samotném názvu sitcomu, zpravidla je jim také věnováno nejvíce vysílacího času a humorných situací. Počet hlavních postav je individuální, ale

⁷³ RAISLEY, G. TV Guide's 50 Worst Shows of All Time. In: *International Movie Database* [online]. 29. 6. 2011 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.imdb.com/list/mDvV5MEpAeM/>

většinou se odvíjí od počtu postav v celém sitcomu, málokdy se však setkáme více než se třemi. U početněji obsazenějších sitcomů jsou role hlavních postav proměnlivé. To souvisí především s relativně krátkou stopáží, nejčastější je 30minutový formát, který poprvé představil britský sitcom *Pinwright's Progress* (BBC One, 1946-47). Díky tomu je v podstatě nemožné věnovat všem postavám vždy stejnou pozornost.

b) Podpůrné postavy – jsou stálými postavami, které často uvozují dějové či účelově humorné situace pro hlavní postavy. Právě u podpůrných postav je důležitá stereotypizace charakteru – na rozdíl od těch hlavních totiž během vysílání neprochází žádným vývojem, a proto jejich charakter bývá v každém bodě vysílání stejně snadno identifikovatelný. Úkolem podpůrné postavy je být pro diváka „jistotou“, bez ohledu na případné dějové zvraty.

c) Přejídné postavy – za přejídné lze označit všechny postavy, které nepatří mezi stálé aktéry, ale svým přínosem posouvají děj určitým směrem, mají tedy čistě mechanickou funkci. Může se jednat např. o poštovního doručovatele s balíčkem, číšníka v restauraci apod. Specifickým druhem přejídných postav jsou známé osobnosti, hrající buď samy sebe, nebo nějakou konkrétní, momentálně potřebnou roli. Výskyt známých postav, často z jiných pořadů, je běžnou taktikou pro zavedení nové série – v takovém případě se spoléhá na to, že pozvaná celebrita je natolik populární, že k novému pořadu přiláká větší množství diváků.⁷⁴

Další charakteristikou sitcomu je nenáročnost z hlediska prostoru – děj se většinou odehrává na několika málo scénách, většinou reprezentujících jednotlivé místnosti. Postupné přidávání dalších prostor se objevovalo během vývoje žánru, zatímco rané sitcomy se odehrávaly klidně i na jedné jediné scéně, což mělo hlavní příčinu v technickém zázemí, tehdejší kamery byly totiž špatně pohyblivé a náročnější na obsluhu. V tomto ohledu měly výhodu rozhlasové sitcomy, jelikož vizuální stránku vyprávěného děje si vytvářel sám posluchač svou vlastní představivostí. K posunutí děje do úplně jiného prostředí tak stačilo i několik málo vět.

⁷⁴ TAFLINGER, R. F. *Sitcom: What It Is, How It Works. An Examination of the Situation Comedy*. [online]. © 1996 [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://public.wsu.edu/~taflinge/sitexam.html>

Za první rozhlasový sitcom bývá považován *Sam 'n Henry* (WGN, 1926-28), byť samotné pojmy „situační komedie“ a „sitcom“ jsou až objevem 50., resp. 60. let.⁷⁵ Tvůrci programu byli Freeman Gosden a Charles Correll. Samotný *Sam 'n Henry* se inspiroval populárním novinovým komiksem *The Gumps*, který humorně zpracovával život americké rodiny ze střední vrstvy. Tato premisa je k vidění napříč celým žánrem, kde je mimo rodin častým námětem i skupina přátel či kolegů na pracovišti. Gosden a Carrell již měli zkušenosti s imitací afroamerických charakterů, a proto stejným způsobem profilovali hlavní protagonisty svého programu. Ti byli zobrazeni jako dva nevzdělaní prostáčky, charakterističtí svým hrubým a silně hovorovým mluveným projevem. Námětem celého seriálu byly trampoty hrdinů po příjezdu do Chicaga. *Sam 'n Henry* byl navzdory své popularitě pouze náznakem toho, co Gosdena a Corrella čekalo vzápětí. V roce 1928 oba přešli ke konkurenci, kde pokračovali v zavedeném formátu.

Vzhledem k autorským právům, která zůstala stanici WGN, museli pozměnit název programu, ale samotný obsah zůstal stejný. Vzniklý program vešel do dějin jako *Amos 'n Andy* (WMAQ, 1928-29 / NBC, 1929-39, 1943-48 / CBS, 1939-43, 1948-60). Show byla během svého trvání několikrát napadána za nelichotivé vyobrazení Afroameričanů. V roce 1931 redakce *Pittsburgh Courier*, prominentních novin zaměřených na afroamerickou komunitu, dokonce zorganizovala petici na stažení show z éteru, ale nakonec nesesbírali potřebné množství podpisů. Stejně tak na show často útočila *The National Association for Advancement of Colored People*, prosazující rovnoprávnost národnostních menšin. Tyto útoky ještě zesílily, když se v roce 1951 show dostala na televizní obrazovky.⁷⁶

Tam ale vyvstal problém s obsazením. Gosden a Correll se na ztvárnění hlavních rolí nehodili, protože oba byli běloši. Nakonec bylo rozhodnuto, že herecké výkony vybraných afroamerických herců budou Gosden s Carrollem pouze dabovat.⁷⁷

⁷⁵ LINDER, L. R., DALTON, M. M. *The Sitcom Reader: America Viewed And Skewed*. 1st ed. Albany: State University of New York Press, 2005, s. 15-17. ISBN 0-7914-6570-5

⁷⁶ DUNNING, J. *On the Air: The Encyclopedia of Old-Time Radio*. 2nd ed. New York: Oxford University Press, 1998, s. 36. ISBN 978-0-195-07678-3.

⁷⁷ STEINHAUSER, S. Originals to Be Heard, Not Seen. In: *The Pittsburgh Press* [online]. Pennsylvania: E. W. Scripps Company, 1950, vol. 67, iss. 125. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://news.google.com/newspapers?id=sXgbAAAIBAJ&sjid=ak0EAAAIBAJ&pg=1581%2C6710228>

Amos 'n' Andy ale nebyl jediným pořadem, postaveným na prezentaci společenské menšiny. Ve své době se jednalo o velice populární trend, což dokázal i úspěch dalšího rozhlasového pořadu, *The Rise of the Goldbergs* (NBC, 1929-34, 1937 / CBS, 1936, 1938-45). Ten se soustředil na příhody východoevropské židovské rodiny v americkém Bronxu, a lze ho tak označit za první židovskou komedii vůbec.

Na rozdíl od *Amos 'n' Andy* zde byla zvolená menšina prezentována v pozitivním světle⁷⁸, což byla zásluha Molly Goldbergové, která sama vytvořila scénář a ztvárnila hlavní roli dominantní a bodré židovské manželky s pozitivními charakterovými rysy. Sama Goldbergová je někdy za svůj přínos žánru označena za tvůrkyni sitcomu.

Ačkoli svým zaměřením se jednalo o rodinnou show, nevyhýbala se ani velice citlivým tématům souvisejícím s druhou světovou válkou. Svého zpracování se dočkala např. Křišťálová noc, ale také tematika holocaustu, byť jen letmo.⁷⁹ Rázná, kladná povaha a smysl pro humor vynesly Goldbergové a celému programu výraznou popularitu, která vyústila v přechod na televizní obrazovky pod názvem *The Goldbergs* (CBS, 1949-50 / Du Mont, 1954).

Vůbec prvním televizním sitcomem ve Spojených státech byl ale pořad s nepříliš známým názvem *Mary Kay and Johnny* (Du Mont, 1947-48 / CBS, 1948-49 / NBC, 1949-50), který je zajímavý i v několika dalších ohledech. Byl vysílán živě a jeho aktéry byl skutečný manželský pár Mary Kay a John Stearns. Také se stal prvním pořadem v americké televizi, který obsahoval scény s oběma manželi v jedné posteli. Během roku 1948 navíc Mary Kay otěhotněla, a jelikož nebyla jiná možnost, producenti se rozhodli zakomponovat její těhotenství do samotného scénáře sitcomu. V tehdejších poměrech se ale zdráhaly použít slovo „těhotenství“ v živém vysílání, proto se užívaly nejružnější eufemismy. V prosinci 1948 Mary Kay porodila, přičemž k samotnému porodu došlo v nemocnici, a okamžiky, během kterých nervózní John čekal na chodbě, byly rovněž zahrnuty do jednoho z dílů, stejně jako jejich nově narozený syn, který se tak nepochybně stal jedním z nejmladších „herců“ v dějinách televize.

Přítom už od jeho počátků byla existence celého sitcomu ohrožena, a to kvůli faktu, že před rokem 1950 ještě neexistoval způsob, jak plošně měřit sledovanost

⁷⁸ WOLFE, M. G. A Yiddish Guide To Molly Goldberg and “The Goldbergs“. *Haruth.com* [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://haruth.com/mw/mgoldberg.html>

⁷⁹ LIDJI, E. Once America's mother, now forgotten, Molly Goldberg shines in new film. In: *The Jewish Chronicle* [online]. 17. 9. 2009 [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: http://thejewishchronicle.net/view/full_story/3625160/article-Once-America%E2%80%99s-mother--now-forgotten--Molly-Goldberg-shines-in-new-film

televizních pořadů. Pro potenciální sponzory tak *Mary Kay and Johnny* představoval krok do neznáma. Nakonec se ale společnost Anacin (výrobce analgetik) rozhodla pořad sponzorovat a přišla s nápadem, jak aspoň přibližně odhadnout počet diváků. Během krátké televizní reklamy Anacin nabídl zdarma zaslat kapesní zrcátko prvním 200 divákům, kteří si o něj prostřednictvím dopisu do studia zažádají. Očekávání společnosti byla několikanásobně překonána, když na výzvu odpovědělo kolem 9000 diváků⁸⁰, což bylo na tehdejší poměry, kdy se televize teprve začínala rozšiřovat, veliké číslo.

Inovativní prvky *Mary Kay and Johnny* posunul (zejména z technického hlediska) o kus dál sitcom *I Love Lucy* (CBS, 1951-57), který se stal jedním z hlavních pojmů svého žánru (viz. Příloha N). Sitcom byl prvním pořadem, natáčeným před živým publikem na 35mm film, který umožňoval kvalitnější záznam než do té doby nejrozšířenější 16mm. Navíc byla celá scéna nově snímána třemi kamerami z různých úhlů, což je postup, který se užívá do dnešních dnů. Tato technologická revoluce byla jedním z důvodů, proč může být *I Love Lucy* po tolika letech stále syndikována v různých zemích světa a proč je nazývána prvním moderním sitcomem.⁸¹

Hlavními postavami je manželský pár Ricardových, Lucy a Ricky. Lucy (Lucille Ball) je naivní a poněkud roztržitá žena ve středním věku, posedlá touhou prosadit se v showbusinessu, navzdory faktu, že nemá téměř žádný umělecký talent, kromě vzácných a nepředvídatelných případů, kdy se jí podaří podat přijatelný pěvecký výkon, někdy doprovázený tancem. Svými nápady Lucy většinou uvede do pohybu sérii katastrof, které musí nakonec řešit její manžel.

Ricky (Desi Arnaz), je původem z Kuby a příběh jejich setkání, který je během sitcomu odhalen, kopíruje jejich skutečný osobní život – podobně jako v předchozím zmiňovaném sitcomu, i zde byli totiž hlavní protagonisté manželi nejen před kamerami, ale i v reálném životě. To vyústilo v totožnou situaci jako u manželů Stearnsových – Lucy v průběhu natáčení otěhotněla, a to hned dva roky po sobě. Zatímco její první těhotenství nebylo herci ani producenty nějak komentováno a Lucy během něj nadále vystupovala před kamerou, druhé bylo, stejně jako v případě *Mary Kay and Johnny*, integrováno do příběhové linie. Natáčení bylo posunuto tak, aby korespondovalo s

⁸⁰ Mary Kay and Johnny on CBS. In: *TV Guide* [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.tvguide.com/tvshows/mary-kay-and-johnny/202962>

⁸¹ KAROL, M. *Lucy A to Z: The Lucille Ball Encyclopedia*. 4th ed. Bloomington: iUniverse, 2007, s. 220. ISBN 978-0-595-75213-3

datem porodu. Výsledná epizoda se stala nejsledovanějším pořadem dosavadní televizní historie, když zaznamenala sledovanost ve výši 71,7%.⁸²

Show se z odborného hlediska stala předmětem zájmu mnoha oblastí, které se povětšinou zaměřovaly na rozdíly ve skutečném a seriálovém vztahu hlavních představitelů, způsob, jakým je veřejnost vnímala a také na to, jak se vyobrazení smíšeného manželství na obrazovce v tehdejší době lišilo od toho skutečného.⁸³

V 60. letech nastal v sitcomech odklon od převládajícího trendu, kterým doposud bylo prezentování tzv. „nukleárních rodin“, kterými se rozumí úplné rodiny, sestávající z obou rodičů a několika dětí. V této éře se vyskytlo několik významných sitcomů, zejména *The Andy Griffith Show* (CBS, 1960-68) a *My Three Sons* (ABC, 1960-65 / CBS, 1965-72), které se oba zaměřovaly na životy vdovců, vychovávajících své potomky. Kromě tohoto odklonu v obsahu ale významnější pozici zastává proměna formy. Už od 50. let se experimentovalo s barevným vysíláním, to se ale začalo podstatněji rozšiřovat právě až koncem 60. let. S technologickým pokrokem, který symbolizoval příchod *I Love Lucy*, souvisí i příchod nového subžánru – animovaného sitcomu. Ten kombinoval fantastické prvky, které jinak nebylo možné realizovat, s prvky reálného života.

Prvním animovaným sitcomem v USA byl *The Flintstones* (ABC, 1960-66), zaměřený na rodiny Flintstonů a Rubblů z prehistorického prostředí. Zde byla patrná inspirace podobně laděným „reálným“ sitcomem *The Honeymooners* (CBS, 1955-56), který zpracovával příběhy rodiny z prostředí tzv. „modrých límečků“, pracovníků v manuální sféře, většinou z nižší a střední třídy (opak „bílých límečků“, kteří jsou naopak asociováni s kancelářským prostředím). V roce 1962 se objevil druhý animovaný sitcom, obsahově zcela na opačném konci spektra než jeho předchůdce. *The Jetsons* (ABC, 1962-63 / syndikováno, 1985-87) se odehrává v daleké budoucnosti a prezentuje rodinu Jetsonů jako příslušníky střední či vyšší vrstvy.

Nové prostředí, které animované sitcomy nabízely, poskytovalo mnohem větší prostor pro tvůrčí kreativitu, otevřelo cestu k novému druhu humoru a často obsahovalo alegorické prvky. Zároveň dalo filmařům do ruky nový nástroj pro sociální a politickou

⁸² LANDAI, L. *I Love Lucy: TV Milestones series*. 1st ed. Detroit: Wayne State University Press, 2010, s. 74. ISBN 978-0-8143-3261-0

⁸³ DESJARDINS, M. *Lucy and Desi: Sexuality, Ethnicity and TV's First Family*. In: HARALOVICH, M. B. *Television, History, and American Culture: Feminist Critical Essays*. 2nd ed. Durham: Duke University Press, 2002, s. 56-74. ISBN 978-0-822-32394-5.

kritiku. Tento rozměr se ale začal více rozšiřovat až na přelomu 80. a 90. let, konkrétně s příchodem animovaných sitcomů *The Simpsons* (Fox, 1989~), *Beavis and Butt-head* (MTV, 1992-97), *South Park* (Comedy Central, 1997~) a *Family Guy* (Fox, 1999-2002, 2005~), z nichž všechny od svého uvedení vyvolaly nespočet kontroverzí.

Přestože např. etnické a náboženské menšiny nebyly v této době v americké televizi považovány za tabu, což dokazuje i sitcom postavený okolo afroamerického baviče Billa Cosbyho, *The Bill Cosby Show* (NBC, 1969-71), stále existovalo mnoho témat, která nebyla televizí uchopena a která společnost víceméně v tichosti obcházela. A přestože svůj značný podíl na překonávání předsudků a stereotypů má žánr talk show, který má vynikající předpoklady k tomu, aby diváky důkladně seznámil s jedinci, kteří mohou nabídnout „pohled z druhé strany“, sitcomy nabízí možnost vytvořit si stálejší vztah k problematice na základě dlouhodobější a opakované expozice. V tomto smyslu byl revoluční přínos sitcomu *All in the Family* (CBS, 1971-79). Ten přibližuje život Archieho Bunkera, bigotního (vytrvale lpícího ke svým předsudkům a stereotypům) muže z nižší vrstvy, a jeho rodiny, sestávající z manželky Edith, jejich dcery Glorie a jejího manžela Michaela. Show nabourávala dosavadní uspořádání sitcomu i důrazem na nejrůznější detaily, které doposud nebyly na obrazovce zastoupené – ať už se jednalo o Archieho říhání před kamerou nebo zvuk splachující toalety.⁸⁴

Archieho jednostranný pohled na svět nastavoval zrcadlo tehdejší americké společnosti a sitcom se vědomě pouštěl na tehdy velice tenký led tabuizovaných témat, kterými byly např. interrupce, homosexualita, impotence, znásilnění a další, ačkoli většinou v humorném kontextu, který měl zmírnit kontroverzní aspekt pořadu. Výjimkou je epizoda ze třetí série (1973), ve které Archieho dcera emotivně a s viditelným rozrušením popisuje, jak se jí cestou domů několik mužů pokusilo znásilnit. Ještě dále producenti zašli v epizodě z osmé série (1978) s názvem „*Edith's 50th Birthday*“ (Editiny 50. narozeniny). Zatímco zbytek rodiny pro ni připravuje u sousedů oslavu k příležitosti jejích padesátin, Edith doma peče koláč. Vzápětí do bytu vstoupí muž, vydávající se za detektiva, pátrajícího po nebezpečném sexuálním násilníkovi. Když se ujistí, že v bytě nikdo jiný není, vytáhne pistoli a odhalí, že oním násilníkem je on sám.

⁸⁴ HOLSTON, N. TV Revolution began with a flush. In: *The Telegraph* [online]. Telegraph Media Group, 1990, vol. 120, iss. 241, s. 31. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://news.google.com/newspapers?id=rGdKAAAIBA&sjid=z5MMAAAAIBA&pg=4319%2C3359411>

Vzápětí se k Edith přiblíží a začne ji přemlouvat a vysvlékat (viz. Příloha O). Krátce poté se v domě objeví Archie, jen těsně poté, co se násilník ukryje. Edith musí pod pohrůžkou smrti o útočnickovi mlčet, a tak nic netušící Archie opět odchází. Nakonec se Edith zachrání tím, že v kuchyni vytáhne mezitím spálený koláč a vrazí ho útočnickovi do obličeje, což vyvolalo neobvykle silný potlesk od šokovaného publika.⁸⁵

Pořad skončil v roce 1979, dal vzniknout volnému pokračování *Archie Bunker's Place* (CBS, 1979-1983), pojmenovanému podle baru, který si Archie pořídil v předposlední sérii původního sitcomu. Oba sitcomy navždy změnily svět televizní zábavy, protože do ní vnesly prvky z odvrácené stránky skutečného života.⁸⁶

Ve stopách *All in the Family* se vydal další sitcom ze stejného období, *Diff'rent Strokes* (NBC, 1978-85 / ABC, 1985-86), jehož nejvíce kontroverzní momenty se týkaly dětských protagonistů – sitcom neblaze proslul věrohodnou a intenzivní implikací pedofilie v jedné ze svých epizod a únosem a psychickým týráním jedné z dětských postav v jiné.

Rovněž během 70. let se na amerických obrazovkách objevil jeden z nejúspěšnějších sitcomů všech dob, *M*A*S*H* (CBS, 1972-83). Nejednalo se ale o okamžitý fenomén, ve skutečnosti byl během první sezóny pořad kvůli nízké sledovanosti téměř stažen. Hned v druhém roce se ale umístil mezi deseti nejpopulárnějšími pořady a po zbytek svého vysílání už žebříček nikdy neopustil (viz. Příloha P). Sitcom je situován v Jižní Koreji během Korejské války, v letech 1950-53, a zaměřuje se na příhody členů 4077. polní nemocnice (zkratka MASH znamená v angličtině Mobile Army Surgery Hospital, v doslovném překladu „mobilní vojenská chirurgická nemocnice“). Do každé 30minutové epizody je obvykle vetkáno několik souběžných dějových linií, z nichž některé slouží čistě pro pobavení publika, zatímco jiné mají více dramatický podtext. Sitcom byl vysílán v době Vietnamské války, tudíž satirický rozměr pořadu je třeba vnímat v širších souvislostech jako „nenápadný“ protest proti válečnému konfliktu jako způsobu řešení politických problémů. Oproti jiným sitcomům se vymyká tradičnímu pojetí žánru svým přístupem k postavám. Ty mají během celkových 251 epizod dostatek prostoru pro morální a osobní vývoj,

⁸⁵ All in the family-edith and the attacker. In: Youtube [online]. 19. 1. 2011 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=P4JqTkaEEzc>. Kanál uživatele labalt.

⁸⁶ BROOKS, T., MARSH, E. F. *The Complete Directory to Prime Time Network and Cable TV Shows, 1946-Present*. 9th ed. New York: Random House Publishing Group, 2009, s. 35. ISBN 978-0-345-49773-4

namísto od počátku jednoznačně nasměrovaných charakterů, tolik typických pro tento žánr.⁸⁷

S příchodem 80. let a uklidněním mezinárodní situace se sitcomy opět vrátily ke svým zábavnějším kořenům. Tomuto období kralovali populární komici, kteří dostali příležitost prostřednictvím sitcomu oslovit širší publikum. Tento trend beze zbytku naplnil především Bill Cosby se svou *The Cosby Show* (NBC, 1984-92). Vůbec poprvé byl na obrazovkách věnován takový prostor prostředí afroamerické rodiny. Cosbyho vlastní sitcom z let 1969-71 byl sice chronologicky prvním tohoto druhu, ale úspěšností se s tímto zdaleka nemohl rovnat.

Sitcom představil manžele Huxtablovy, jejich pět dětí, přátele a partnery. Mnoho komických scén obsahovalo vtipy, známé z Cosbyho bavičské kariéry. Pořad se ihned po uvedení v roce 1984 stal třetím nejsledovanějším pořadem a během několika následujících let se vytrvale držel na první příčce.⁸⁸

Bez nadsázky lze tvrdit, že *The Cosby Show* svým obrovským úspěchem navždy změnila postoj diváků k afroamerické komunitě, které tím zároveň otevřela dveře k dalším televizním počínům, ke kterým patřily další populární pořady z rodinného prostředí jako např. *The Prince of Bel-Air* (NBC, 1990-96), který proslavil mladého Willa Smithe a během dalších let se stal populárním sitcomem dospívající generace po celém světě.

Kromě Billa Cosbyho ze své popularity podobným způsobem těžili i baviči Ray Romano a jeho *Everybody Loves Raymond* (CBS, 1996-2005), ale ještě dříve Jerry Seinfeld se svým sitcomem *Seinfeld* (NBC, 1989-98), který sází na úplně odlišný druh zábavy. Tam, kde ostatní sitcomy této éry sází na rodinu, okruh přátel, realističtější pojetí a inteligentní humor, *Seinfeld* popírá vše tím, že nemá jednoznačně vymezený okruh působnosti a přináší absurditu a nesourodost. Tomu odpovídají i předimenzované postavy, které přímo kypí nejrůznějšími charakterovými vadami, hraničících až s kýčovitými úchytkami. Mimoto *Seinfeld* obsahoval příběhové linie, které přesahovaly napříč několika epizodami.

Pořad mnohdy připomíná sérii skečů vystavených primárně kolem hlavního protagonisty, Jerryho Seinfelda, který zde hraje fiktivní verzi sama sebe. Právě tento

⁸⁷ SHIRES, J. M*A*S*H. In: *The Museum of Broadcast Communications* [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=mash>

⁸⁸ TV Ratings: 1984-85. *ClassicTVHits.com* [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.classictvhits.com/tvratings/1984.htm>

celkový koncept (a z něho plynoucí chaotičnost) umožnil protkat pořad celou řadou bizarních situací a komických hlášek, které mnohdy zlidověly – a to navzdory faktu, že celý sitcom je mnohdy označován za „nejslavnější show o ničem“.⁸⁹ *Seinfeld* tak může sloužit jako důkaz toho, že předpokladem pro úspěch v oblasti televizní zábavy je nejen dodržování žánrových pravidel, ale mnohdy i jejich naprosté potlačení.

Dalším sitcomem z 90. let, který si získal celosvětovou popularitu a pro mnohé reprezentuje žánr sitcomu jako takový, jsou *Friends* (NBC, 1994-2004). Příběhy šestice přátel z Manhattanu si velice rychle získaly popularitu nejprve v Americe, následně po celém světě (viz. Příloha Q). Oproti svým mnohým předchůdcům se sitcom nevěnoval kontroverzním tématům, cílem pořadu bylo přinést konverzační humor s občasnými prvky grotesky, který osloví co nejširší skupinu diváků. Zároveň ponechával postavám prostor pro vývoj, který byl nejlépe ilustrovaný vznikajícími milostnými vztahy mezi přáteli, a dokonce i svatbou. Podobně jako *Seinfeld* příležitostně inkorporoval přesahující příběhové linie, zejména při přechodu mezi jednotlivými sériemi. Závěrečnou epizodu z celkových 236 sledovalo téměř 53 milionů diváků, což byl v žebříčku sledovanosti posledních dílů televizních sérií 4. nejlepší výsledek v historii americké televize.⁹⁰

⁸⁹ ERICKSON, H. *Seinfeld* [TV Series] (1989). In: *Allmovie* [online]. © 2013 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.allmovie.com/movie/seinfeld-tv-series-v276165/>

⁹⁰ CARTER, B. 'Friends' Finale's Audience Is the Fourth Biggest Ever. In: *New York Times* [online]. 8. 5. 2004 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2004/05/08/arts/friends-finale-s-audience-is-the-fourth-biggest-ever.html>

3 TALK SHOW, VARIETY SHOW A SITCOM V ČR

Stejně jako větší část světa, tak i v českém prostředí se podoba televizních žánrů řídí svou americkou předlohou, s následným upravením formátu pro domácí publikum. Kromě převzetí hlavních žánrových prvků docházelo i k přejímání některých populárních amerických pořadů. Oproti Americe zde ale tyto žánry, resp. celá televizní kultura, nemají zdaleka tak silné postavení jako tomu je za Atlantickým oceánem.

3.1 Talk show

Vzhledem k inspiraci americkým televizním prostředím lze talk show v České republice dělit podle stejných kritérií jako jeho předlohu. Žánr ranních talk show, charakteristický svým zaměřením na kombinaci nejdůležitějších zpráv, životního stylu a užitečných tipů na každý den, nejvýznamněji reprezentuje *Snídaně s Novou* (TV Nova, 1994~), vysílána od vzniku své televizní stanice. Každou půlhodinu přináší aktualizované zpravodajství, nejčastěji z českých silnic a počasí, neboť hlavní cílovou skupinou jsou lidé, chystající se v brzkých ranních hodinách do zaměstnání.

Ve stejné době se na české scéně objevil poměrně zajímavý pořad, který nemá ve světě přílišné obdoby, snad kromě vzdálené paralely s pořady typu *The Jerry Springer Show*. Tím bylo často přehlížené *Tabu* (TV Nova, 1994-97). Moderátor Roman Šmucler ve studiu vždy přivítal hosta z okraje společnosti, ukrytého za plentou. Častými hosty pořadu byli zločinci, např. zloději, pedofilové či lidé, kteří si jinak svými činy zasloužili opovržení veřejnosti. Zpoza masky anonymity vyprávěli svůj příběh a zpovídali se ze svých prohřešků. Na konci pořadu dostali možnost před kamerami odhalit svou totožnost, této možnosti ale příliš nevyužívali.

Politicky laděné diskusní pořady v českém prostředí představil pořad *7, čili sedm dní* (TV Nova, 1994-2006), od roku 2001 vysílaný pod názvem *Sedmička*. Od jeho skončení TV Nova, byť je nejsledovanější stanicí v České republice, nemá svůj politický diskusní pořad, namísto toho je sobotní poledne věnováno pořadu *Volejte Novu* (TV Nova, 2003~), kde jsou zodpovídaný dotazy diváků, související s programovou nabídkou stanice. Jedná se o pokračování tematicky podobného, ale kontroverzního pořadu *Volejte řediteli* (TV Nova, 1994-2003), který nechvalně proslavil tehdejší ředitel TV Nova, Vladimír Železný. Ve studiu odpovídal na předem nahrané dotazy diváků, často ale pořad využíval jako platformu pro prezentaci svých politických názorů.

Mezi moderní politické diskusní pořady, vysílané každou neděli v době oběda, patří *Otázky Václava Moravce* (ČT 1, 2004~ / ČT 24, 2005~), tradičně považovány za hlavní pořad svého žánru v českém mediálním prostředí. V prvních měsících svého vysílání byl hodinový pořad vysílán poněkud neobvykle ve večerních hodinách, poté se přesunul na 12:00, kde se vysílá do současnosti. V roce 2005 byl spuštěn nový kanál České televize, ČT 24, kde jsou *Otázky Václava Moravce* vysílány souběžně s prvním kanálem. Stopáž však byla od té doby zdvojnásobena, přičemž druhá hodina pořadu se vysílá výhradně na ČT 24. Populárním konkurenčním pořadem je *Partie* (Prima TV, 2005-11 / Prima Family, 2012~), moderovaná Janem Punčochářem a původně známá jako *Nedělní Partie* (Prima TV, 1998-2005).

Žánr obsahující prvky denních show, resp. populárních tabloid show, sice existuje v českém prostředí také, ale bývá koncentrován do prime-time, kdy se jedná o hlavní pořady večera. Ikonou tabloid talk show se stala moderátorka Halina Pawlovská, která nejúspěšněji okopírovala žánr, který po světě proslavila především Oprah Winfrey.⁹¹ Její *Banánové rybičky* (ČT 1, 1999-2007) byly zaměřené vždy na jiné téma, které bylo vždy s nadhledem probíráno s různými hosty. Na rozdíl od *The Oprah Winfrey Show* zde ale scházel pocit skutečného kontaktu s diváky, stejně jako orientace na emotivní příběhy hostů. Tento aspekt už před Pawlovskou lépe zpracoval podobně profilovaný pořad *Áčko* (TV Nova, 1997-2002), natáčený v menším studiu, kde byli diváci neustále v záběru kamery a sami byli zapojováni do diskuse. *Áčko* se často zaměřovalo na problémy mladé generace, příp. na generační střety, ale nestalo se tak kultovním pořadem, jako mohlo, zejména proto, že chyběla výrazná moderátorská osobnost, která by navenek vystupovala jako symbol pořadu, jako tomu bylo v případě Oprah Winfrey. Oproti její show každý díl *Áčka* moderoval jeden z 5 moderátorů pořadu.

Další talk show, známou pro svůj emotivní náboj, je pořad *Pošta pro tebe* (ČT 1, 2005~), jehož hlavní premisou je napravování nefunkčních mezilidských vztahů. Moderátorkou je Ester Janečková, spolu s ní je výraznou ikonou pořadu její asistent, vystupující jako „pošťák Ondřej“. Jeho prací je doručit pozvánku do studia hostovi, kterého si hlavní host večera vybral a se kterým se chce usmířit. Počet zúčastněných není nutně omezován, kromě setkání dvou lidí jsou častým jevem i setkání celých rodin. Studium je děleno na dvě části pojízdnou zdí, po představení hlavního hosta je zeď odsunuta a dochází ke konfrontaci. Formát se vzdáleně podobá „senzacektivním“

⁹¹ MUNSON, W. *All Talk: The Talkshow in Media Culture*. 1st ed. Philadelphia: Temple University Press, 1993, s. 49. ISBN 0-87722-995-3.

pořadům typu *Geraldo* a *The Jerry Springer Show*, na rozdíl od nich ale zde převládá rodinný aspekt a kontroverzní témata jsou zcela vynechávána.

Mezi zástupce nepříliš rozšířeného žánru informativní talk show v českých poměrech patří pořad *Na Plovárně* (ČT 2, 1998~), jenž je zároveň nejdéle vysílaným svého druhu. Moderátorem je Marek Eben, na každý díl připadá jeden jediný host, často patřící mezi méně známé osobnosti kulturního světa a celá konverzace má hlubší charakter. Co tento pořad odlišuje od konkurence nejvíce, je účast zahraničních hostů, a to buď osobně, nebo prostřednictvím videokonference. Mezi nejznámější takové hosty patřili např. spoluzakladatel společnosti Microsoft, Bill Gates, britský herec a člen skupiny Monty Python, John Cleese, tibetský Dalajláma a mnozí další.⁹² Na domácí scénu se více zaměřuje podobný pořad, zasazený do prostředí pražského baru, *Krásný ztráty* (ČT 2, 2000~), moderovaný Michalem Prokopem.

Největší část českých talk show ale tvoří pořady, které mají za cíl především pobavit publikum. Mezi nejstarší takové patří *Nikdo není dokonalý* (Prima TV, 1998-2007, 2010-11 / Prima Family, 2012~) s Jiřím Krampolem. Každý díl doplňují dva nebo tři hosté, kteří prezentují zábavné povídky ze svého života. Nejzábavnější částí pořadu je anketa, ve které je náhodným občanům položena náhodná otázka. Hosté mají za úkol uhodnout počet lidí, kteří dokáží správně odpovědět. Další populární prime-time show je *Všechnopárty* (ČT 1, 2005~), moderována Karlem Šípem. Každá epizoda se týká konkrétního tématu, nejčastěji společenského, které je s nadhledem probíráno s více a méně známými hosty.

Mr. GS (TV Nova, 2008-11) byla televizní talk show vysílanou v pozdějších hodinách, charakteristická známou moderátorskou dvojicí Michal Suchánek a Richard Genzer. Ačkoli ve své show měli hosty, které zpovídali o jejich životě a současných aktivitách, bylo od počátku zřejmé, že jim takový formát pořadu nevyhovuje. Oba byli už ze svých předchozích televizních pořadů zvyklí obecnost bavit vtipy a zábavnými scénkami, proto se pořad v jejich podání zvrhl v sérii neočekávaných průpovědek a komentářů, kterými ve většině případů přerušili projev hosta a zároveň minimalizovali jejich přínos do pořadu.

Jediným pořadem v českém televizním prostředí, kterému se podařilo přiblížit se typicky americkému žánru late-night show, bylo *Uvolněte se, prosím* (TV Nova, 2004-10), moderováno charismatickým Janem Krausem. Téměř v každém aspektu pořadu

⁹² *Na Plovárně: Hosté Plovárny*. [online]. [cit. 2013-02-11]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093836883-na-plovarne/6232-hoste-plovarny/>

byla zřetelná velká dávka inspirace v kultovní *Late Show with David Letterman*, k jejímuž moderátorovi je Kraus mnohými přirovnáván.⁹³ Samotné studium je uspořádáno téměř identickým způsobem jako u Lettermana, včetně ikonického dřevěného stolu, červené sedačky a tapety v pozadí, navozující dojem velkoměsta uprostřed noci. Kraus se drží prvků, typických pro žánr, mezi které patří příchod za doprovodu živé kapely následovaný krátkým monologem na aktuální témata, dále glosou zpravodajských novinek ze současného týdne a plynulým přechodem k představení prvního z hostů večera. Zde ale podobnost končí. Zatímco Letterman prokládá zábavnými prvky celý večer, u Krause jsou použity pouze jako součást úvodní rutiny, zatímco po zbytek večera spoléhá spíše na konverzační humor. Ve srovnání s Lettermanem však mnohdy působí přímočařeji a ostřeji. Pořad byl v roce 2010 na Nově ukončen, ale vzápětí se v téměř nezměněné podobě přesunul na konkurenční Prima Family (zde se opět nabízí paralela s Lettermanem, kterého potkal stejný osud). Samotná *Late Show with David Letterman* byla v ČR vysílána na stanici AXN v letech 2008-09 jako *Noční Show Davida Lettermana* v původním znění s českými titulky.

3.2 Variety show

Vzhledem k téměř neexistující dynamické kulturní scéně jsou v této oblasti českému publiku už mnoho let prezentováni ti samí umělci. I to je příčinou toho, proč u variety show v českém prostředí lze nalézt větší příklon k zábavným skečům než čistě uměleckým vystoupením, jak to diktovaly kořeny žánru.

Typickým příkladem takové show bylo svého času velice populární *Tele Tele* (TV Nova, 2000-07), které bylo svým humorem zaměřené spíše na mladší a intelektuálně méně náročné publikum. Hlavním pilířem pořadu byly skeče, parodující ostatní známé pořady TV Nova.

Politická satira, která se stala pro žánr typickou od 60. let 20. stol., byla hlavní tematikou mimořádně úspěšného programu *Česká soda* (ČT 1, 1993-97), který byl prezentován formou parodie na televizní zpravodajství. Kombinace různě zabarveného humoru, kontroverze, zábavných skečů a jazykových hříček, spoléhajících na dvojsmyslná sdělení, to vše udělalo z *České sody* kult a z Petra Čtvrtníčka jednoho z

⁹³ BENEŠOVÁ, J. Jan Kraus: Český Letterman, který bojuje proti korupci. In: *Topzine* [online]. 2. 9. 2011 [cit. 2013-02-11]. Dostupné z: <http://www.topzine.cz/jan-kraus-cesky-letterman-ktery-bojuje-proti-korupci>

nejoblíbenějších bavičů nejen v oblasti politické satiry. Od konce vysílání pořadu se neobjevil žádný takový, který by si dovolil zajít tak daleko jako právě *Česká soda*, ačkoli tematicky podobně laděné pořady zde byly, zejména *S politiky netančím* (ČT 2, 1995-2000) a na něj navazující *Politické harašení aneb S politiky stále netančíme* (TV Nova, 2001-2006) s moderátorskou dvojicí Miloslav Šimek a Zuzana Bubílková (viz. Příloha R).

Duo se proslavilo svým ostrovtipem a otevřenou kritikou hlavních představitelů politické scény. Po Šimkově úmrtí v roce 2004 moderovala Bubílková pořad sama, ale už nedosahoval takové popularity. Právě Šimek byl se svým typickým humorem hlavním lákadlem pořadu.

Nejblíže se své americké varietní předloze blíží pořady produkované ještě v dobách Československa. V tomto ohledu je nutno zmínit populární show *Televarieté* (ČST, 1971-92 / ČT 1, 1992-98), která byla jedinou českou skutečně hudebně-zábavní revue show na televizních obrazovkách, která zvala umělce z různých zemí světa. Právě jedinečnost tohoto pořadu v českých poměrech vedla k tomu, že byl pořad od svého skončení na obrazovkách reprízován téměř bez ustání, většinou v posledních týdnech před koncem každého kalendářního roku.

Jednou ze show, která nabízela kombinaci hudby a zábavných scének v modernější době, byla *Čundrcountry show* (TV Nova, 1994-2001) a po jejím skončení prakticky totožná *Country Estráda* (TV Nova, 2002-05), která těžila z lidové popularity žánru country, který má v českém prostředí poměrně silnou tradici. Sám moderátor Ivan Mládek (s dalšími členy své skupiny Banjo Band) předváděl nejrůznější skeče, z nichž mnohé velice rychle zlidověly.

Logickým důsledkem nedostatku vlastního hudebního zázemí, které bylo zmíněno v úvodu podkapitoly, byl import osvědčeného formátu ze zahraničí. Předlohou se v tomto případě staly původně britské série a jejich populární americké adaptace, jež obsahují i prvky reality show.

Prvním takovým pořadem na českých obrazovkách bylo *Česko hledá SuperStar* (TV Nova, 2004-06) a odstartovalo mánii, která během dalších let vyústila v přejímání dalších podobně zaměřených programů. Myšlenkou pořadu je dát běžným lidem šanci ohromit profesionální porotu svým zpěvem, a tak si získat slávu a peníze. Ukázalo se ale, že pokud formát funguje v USA, nemusí nutně fungovat v českých podmínkách. Přestože show byla populární, vítězové zdaleka z pořadu nevytěžili tolik, co jejich americké protějšky. Kromě vítězky první série, Anety Langerové, většina ostatních finalistů, včetně vítězů dalších dvou sérií z let 2005 a 2006, rychle upadla do

zapomnění. Důvodem je to, že český trh je na uplatnění nových a mladých hudebníků příliš řídký a zkostratělý.

Brzy poté se na českých obrazovkách objevily série *X Factor* (TV Nova, 2008), která dává obyčejným lidem předvést před celým národem svůj jedinečný talent a získat peněžitou výhru. Díky všeobecnému zaměření programu (není omezen jen na zpěv, na rozdíl od podobných pořadů) je schopen se nejvíce přiblížit původním televizním variety show. Úspěch první série přivedl na televizní obrazovky americkou mutaci stejného pořadu s názvem *Americký X Factor* (Prima Love, 2012). V odklonu od čistě pěveckého rozměru pokračovala i show *Česko Slovensko má talent* (Prima Family, 2010-12) a také souběžně vysílaná konkurenční *Talentmania* (TV Nova, 2010). V roce 2009 byla poprvé představena mezinárodní varianta pořadu s názvem *Česko Slovenská SuperStar* (TV Nova, 2009, 2011, 2013~), natáčená a souběžně vysílaná v obou zemích.

3.3 Sitcom

Sitcomy v českém prostředí lze rozdělit na dvě samostatné skupiny – domácí tvorbu a importované pořady ze zahraniční produkce, přičemž druhá jmenovaná skupina tvoří naprostou většinu programové skladby žánru. Domácí tvorba již od svého počátku nedokázala přesně napodobit zahraniční úspěchy. V českém prostředí se totiž jedná o nový žánr, který nemá svou historii, a tak zde není na co navázat. Prvním pokusem o český sitcom byli *Nováci* (TV Nova, 1995), vyobrazující život ve všech ohledech průměrné české rodiny, kterou pro své účely zkoumá americký student sociologie Jerry. Před koncem roku ale byla produkce zastavena a celý pořad byl přepracován. Na obrazovky se vrátil už za měsíc a byl představen pod názvem *Nováci 2* (TV Nova, 1996), tentokrát s novým obsazením a příběhem. Druhá série si však vedla ještě hůře než první, a proto byla krátce po uvedení zrušena. Scénárista Ondřej Neff tento experiment s nepříliš známým žánrem okomentoval slovy: "*Neuměli jsme to napsat, herci to neuměli zahrát a režiséři to neuměli natočit. Zřejmě moc nových věcí najednou.*"⁹⁴ Ve stejném roce se ale objevila úspěšnější *Hospoda* (TV Nova, 1996-97). Ta sázela na familiérnější prostředí typické české hospody a reálnější vyobrazení charakterů,

⁹⁴ MAŇÁK, V. Trnitá cesta českého sitcomu. Uspěl až Ozzák. In: *Česká televize* [online]. 2. 10. 2011 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/138103-trnita-cesta-ceskeho-sitcomu-uspel-az-ozzak/>

ztvárněných známějšími herci. Rovněž bylo upuštěno od umělého smíchu, který byl kritizován u *Nováků*, zejména proto, že byl užíván se špatným načasováním. Napodobit úspěch *Hospody* se pokusilo několik dalších pořadů, ale bez zaznamenaných úspěchů.

Toto pravidlo porušil až příchod pořadu *Comeback* (TV Nova, 2008-09, 2010-11), který bývá často označován za první skutečný český sitcom. Na rozdíl od předchozích pokusů stál u vzniku *Comebacku* (viz. Příloha S) americký scénárista John Vorhaus, který tvůrcům pořadu poskytl školení. Výsledkem je sitcom, který sice staví na nadsázce, ale v jádru je postaven na relativně uvěřitelných situacích, které jsou účelově dovedeny až do směšného extrému.

Budoucnost českých sitcomů je ale velice nejistá, což souvisí s dvěma hlavními faktory. Prvním je nedostatek producentů, mající zkušenosti se žánrem sitcomu jako takovým. Druhým je nedostatek herců, kteří by se dokázali žánru zapůjčit. Česká televizní scéna už řadu let obsahuje téměř výhradně známé tváře, které se věnují mnoha různým žánrům a které už si většina publika dokázala silně asociovat s určitými klíčovými rolemi z jejich minulosti. Americký sitcom, který působí jako vzor, naopak používá opačný přístup. Prostřednictvím sitcomu je představena skupinka méně známých nebo úplně neznámých herců, kteří se v sitcomu vyvíjejí, získávají si popularitu a profilují se jako typicky sitcomoví herci. Pokud je pořad úspěšný, málokdy už se objeví v jiném televizním žánru. Navíc jsou během celého procesu vedeni zmíněnými zkušenějšími producenty, kteří se už v žánru umí pohybovat a jsou schopni reagovat na reakce publika. Takové osobnosti zatím na české scéně schází.

Velice rozšířenou alternativu k domácí tvorbě představuje po celém světě přejímání úspěšných zahraničních pořadů, přičemž právě sitcomy jsou nejlépe exportovatelným druhem televizní zábavy. Samozřejmostí je přizpůsobení formátu cílovému publiku, čímž se rozumí předabování pořadu, příp. opatření titulky. Adaptovány jsou takové pořady, které si dlouhodobě drží v zemi původu vysokou sledovanost. Takové pořady nejsou trvale vázány na žádnou jedinou televizní stanici a mohou být postupně vysílány na různých kanálech, a to více než jednou. Nejčastěji jsou vysílány během dopoledních a odpoledních hodin, ale některé, jako třeba známý *Červený trpaslík* (ČT 2, 1999), jsou k vidění spíše v nočních hodinách. Údaj v závorce v této podkapitole označuje premiéru pořadu na českých obrazovkách.

V českém prostředí patří mezi první a zároveň nejoblíbenější přejaté a dabované sitcomy *M*A*S*H* (TV Nova, 1994), který je od svého uvedení reprízován téměř neustále. Přibližně ve stejné době se poprvé objevil kultovní sitcom, rovněž vysíláný do

dnešních dnů, *Přátelé* (ČT 1, 1996). Z oblasti rodinných sitcomů je nereprízovanějším pořadem *Ženatý se závazky* (Prima TV, 2002), parodující „ideální“ vztahy mezi členy jedné americké rodiny. Z modernějších sitcomů se na mezinárodním trhu osvědčily *Teorie velkého třesku* (Prima Cool, 2009), *Ajtáci* (HBO, 2007), a *Jak jsem poznal vaši matku* (Prima Cool, 2009).

Stranou zájmu nezůstaly ani animované sitcomy, které mají díky svému formátu a možnostem potenciál stát se nositeli univerzálních poselství, není proto divu, že si často takové pořady stávají kultem, především pro mladší generace. To je případ zejména sitcomů jako *Simpsonovi* (ČT 1, 1992), *Městečko South Park* (HBO, 1999), *Griffinovi* (Prima Cool, 2009), *Futurama* (Prima Cool, 2009) a dalších, u kterých úspěch na jejich domácích trzích neponechal žádný prostor k pochybnostem o tom, že právě tento žánr se stane celosvětovým fenoménem.

4 MODERNÍ JIHOKOREJSKÝ FORMÁT

Podíváme-li se na díla nejznámějších autorů a nejvyhlášenějších odborníků v oblasti médií, jejich vlivu na veřejnost a televizní zábavy, zjistíme, že oblast asijského zábavního průmyslu doposud zůstala z velké části neprávem přehlížena. Ačkoli je pravdou, že televizní dějiny se psaly spíše na západní polokouli, bylo by mylné se domnívat, že Asie jen slepě následovala světové trendy. Naopak – rozdíl plynoucí z individuálního kulturního vývoje a celkově odlišného způsobu myšlení, než na jaký jsme zvyklí v Evropě a Americe, se projevily i na pojetí televizní zábavy.

Tato kapitola si však neklade za cíl podat vyčerpávající pohled na dějiny televizních žánrů v celé Asii, nýbrž aspoň částečně nasytit čtenářovu zvědavost seznámením s tím nejvýznamnějším, co současný asijský televizní průmysl nabízí.

Stejně jako v ostatních částech světa, ani v Asii není televizní zábava oblastí, která by se rozvíjela všude rovnou měrou. Kupříkladu japonské televizní show se těší poměrně silné mezinárodní popularitě, ale stále je zde vnímatelná poměrně silná kulturní bariéra, a to nejen z hlediska jazyka. Japonské programy, potažmo celá země, si silně střeží svou individualitu, národní hrdost a velice specifický smysl pro humor – z těchto důvodů nemusí vyhovovat každému. Přestože mohou pobavit, člověk z tak odlišného kulturního prostředí, jakým západní polokoule bezesporu je, může mít problémy se s takovým typem zábavy více sblížit, a hlavně jí sám nemusí být přijat.

Stoupající popularita jihokorejského (dále jen „korejského“) zábavního průmyslu v celosvětovém měřítku je sice oproti podobnému procesu v Japonsku mladší záležitostí, ale dá se zde předpokládat přerod v dlouhodobější trend. Přestože si také zachovává své kulturní jedinečnosti, vyznačuje se velice moderním stylem, profesionálním zpracováním, důrazem na detail, originálními nápady a především pozitivním přístupem k mezinárodnímu publiku.

Poslední zmíněný bod je třeba vnímat v mnohem širším smyslu, neboť souvisí s celkovou globalizací a větší přístupností země západnímu světu, což je proces, ke kterému došlo teprve v posledních letech.

Typickým jevem korejského zábavního průmyslu je intenzivní konvergence hudebního a televizního světa, a to ve větší míře, než by se mohlo zdát zřejmé. Jedno nelze plně pochopit bez druhého, proto je zapotřebí seznámit se s obojím.

4.1 Korejská vlna

Pojmem „Korejská vlna“ (한류 – *hallyu*) se označuje prudký vzrůst popularity korejské kultury v zahraničí. Počátky tohoto fenoménu sahají do roku 1997, kdy v Číně zaznamenalo neočekávaný úspěch korejské drama *What Is Love All About?* (사랑이 뭐길래)⁹⁵, které bylo o rok později na podnět veřejnosti reprízováno v hlavním vysílacím čase. Samotný pojem „Korejská vlna“ pak poprvé použili čínští novináři. V letech 2000-2002 už byly korejské seriály a populární kultura silně zakotveny i v dalších asijských zemích, např. v Taiwanu, Vietnamu, Japonsku, Singapuru, Filipínách a dalších.⁹⁶

Ne všude byl ale export korejské kultury vítán pozitivně – zejména v Japonsku, které mělo vždy s Korejským poloostrovem napjaté vztahy, dal úspěch dramatu *Winter Sonata* (겨울연가) z roku 2002 vzniknout mnoha protikorejským hnutím, často vedeným radikální pravicí, která příležitostně využívá stále rostoucí popularitu korejské kultury jako záminku pro prezentaci svých vlastních idejí. Přestože od prvního ‚kulturního střetu‘ už uběhlo několik let, situace stále není zcela klidná. Jednu takovou demonstraci totiž podnítil i v roce 2011 japonský herec Sousuke Takaoka, který se na svém Twitteru veřejně ohradil proti množství korejských seriálů na japonském trhu, načež s ním jeho agent, společnost Stardust Promotion, vypověděl smlouvu.⁹⁷ Celý incident vyvolal mezi veřejností smíšené reakce, většina lidí však hercovo gesto odsoudila.

Korejská vlna zasáhla i břehy všech ostatních kontinentů. První pokusy o proniknutí do zbytku světa však nemají na svědomí televizní seriály (alespoň nikoli v tak rané fázi), ale hudba. V roce 2001 představila největší korejská nahrávací společnost SM Entertainment Japonsku mladou dívku s uměleckým jménem BoA (vlastním jménem Kwon Boa), které bylo v té době pouhých 15 let.

⁹⁵ ZHU, Y., ed. *TV Drama in China*. 1st ed. Hong Kong University Press, 2008, s. 187. ISBN 978-962-209-941-8

⁹⁶ HYE-JUNG, J. *The Nature of Nationalism in the “Korean Wave”: A Framing Analysis of News Coverage about Korean Pop Culture*. [online]. [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/8/7/9/2/pages187925/p187925-1

⁹⁷ Hundreds of Japanese Protest Against Korean Wave. In: *The Chosun Ilbo* [online]. 9. 8. 2011 [cit. 2013-01-13]. Dostupné z: http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2011/08/09/2011080901004.html

BoA (viz. Příloha T) ale byla více než jen přirozeně talentovanou zpěvačkou a tanečnicí. Byla do

jisté míry experimentem, ztělesněním fenoménu Korejské vlny a zkouškou jejího marketingového potenciálu: *„Díky spolupráci s největšími japonskými mediálními společnostmi se BoA rychle stala jednou z nejvýznamnějších popových hvězd. Často se o ní mluví jako o první a největší hvězdě Korejské vlny, ale hlavní příčinou tohoto úspěchu nebylo její ‚korejství‘. Naučila se zpívat v japonštině, plynně hovořit japonsky před veřejností a i jinak vystupovat jako japonská popová hvězda. Tento proces ‚de-koreanizace‘, příp. ‚japanizace‘, se stal klíčem k úspěchu na tamním trhu. Její styl oblékání a taneční kreace byly inspirovány západními hvězdami jako např. Britney Spears, a také názvy většiny jejich písní byly v angličtině, stejně jako části jejich textů. Jazyk, hudba, tanec a celková image, kterou se BoA prezentovala, nepřipomínaly nic korejského, ale spíše japonského či amerického.⁹⁸*

Tento postup se osvědčil a funguje dodnes. To, co korejské televizní seriály odstartovaly v Asii, pomohla populární hudba umocnit a rozšířit po celém světě. BoA v roce 2008 pronikla i do Spojených států, a přestože její úspěch tam se neblížil tomu v Japonsku, upoutala dostatečnou pozornost a otevřela tak cestu svým nástupcům.

Pravděpodobně nejvýraznějším se stal v roce 2012 korejský rapper PSY (vlastním jménem Park Jae-sang) a jeho *Gangnam Style*. Z určitého úhlu pohledu se jedná o obrovský paradox – PSY se vydal úplně jinou cestou než před lety BoA, nekoncepcoval svou tvorbu primárně pro mezinárodní publikum, neproběhla u něj žádná ‚de-koreanizace‘. Dokonce by se dalo říci, že píseň je určená pouze pro domácí trh, neboť jejím námětem je satirizace životního stylu specifické vrstvy obyvatel hlavního města Jižní Koreje, Soulu. Přesto se mu podařilo něco, co v historii Korejské vlny nemá obdoby – v listopadu 2012 se oficiální klip stal nejsledovanějším videem v historii serveru Youtube a o měsíc později, přesně 21. prosince 2012, pokořil další rekord, tentokrát hranici jedné miliardy shlédnutí. V této souvislosti se dá hovořit o novém vzkříšení Korejské vlny, a to ve větším měřítku, než kdy dříve.

⁹⁸ EUN-YOUNG, J. Transnational Korea: A Critical Assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. In: GUMP, STEVEN E. *Southeast Review of Asian Studies*. [online]. University of Illinois, 2009, vol. 31. [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: http://www.uky.edu/Centers/Asia/SECAAS/Seras/2009/06_Jung_2009.pdf

4.2 Idolizace

V minulé podkapitole jsme zmínili, kterak se PSY vymyká klasickému pojetí Korejské vlny jako exportního produktu. To ale není jediné, čím se od současné populární kultury liší. V posledních letech prochází korejská populární kultura procesem, který lze nazvat idolizací, nikoli však v náboženském smyslu tohoto slova, ačkoli ve velmi ojedinělých případech se dá drobná paralela nalézt.

Idolizací v tomto kontextu rozumíme proces, během kterého dochází k personifikaci populární kultury. Děje se tak prostřednictvím tzv. idolů, kteří v současné době vládou hudební scéně, s průnikem do dalších odvětví zábavního průmyslu, a jsou primárními šířiteli korejské populární kultury po celém světě. Idoly jsou produkovány nahrávacími společnostmi, které ve veřejných castinzích hledají vhodné adepty, nadané v tanci nebo zpěvu. Často se jedná o velice mladé děti, které mohou být i z jiných asijských zemí, především z Japonska a Číny.

Vybraným uchazečům se naprosto změnil dosavadní život, většinu svého času tráví v prostorách společnosti, kde jsou po dobu několika let intenzivně trénováni ve zpěvu, tanci, vystupování před kamerou, případně herectví (konkrétní délka výcviku je individuální a odvíjí se od schopností a talentu jedince). Pokud dotyčný prokáže svůj potenciál, následuje druhá fáze, kdy je několik takových adeptů dáno dohromady a je z nich utvořena zkušební skupina – cílem je najít takovou kombinaci členů, kteří si vyhovují po lidské stránce, přičemž se jejich silné a slabé stránky vzájemně doplňují. Současná korejská populární hudba se vyznačuje i několika sólovými idoly, u nich jsou ale nároky na talent podstatně vyšší než ve skupině, ve které je klíčovým faktorem rovnováha a plnění specifických rolí.

Nejběžnější počet členů v takové skupině se pohybuje mezi 3-6, ale samozřejmě existují i výjimky. Mezi ty nejpopulárnější největší skupiny patří z chlapeckých Super Junior s 12 členy a z dívčích Girls' Generation, v Koreji známá jako SNSD, s 9 členkami. Smíšené skupiny jsou velice výjimečným jevem.

V posledních letech je trendem zavádění podskupin, čili sdružení několika členů do vlastní, menší skupiny, která na hudební scéně vystupuje jako samostatný celek, ale zároveň se účastní aktivit své „mateřské“ skupiny. Děje se tak zejména u početnějších skupin, není to však pravidlem. Podskupiny se mohou např. soustředit na aktivity v zahraničí (zejména pokud obsahuje dobře jazykově vybavené členy), nebo dává prostor pro hudební rozvoj (podskupiny většinou mívají odlišný styl hudby a image než jejich mateřská skupina). Příkladem posledního zmíněného jevu je například osmičlenná dívčí skupina After School, která v červnu 2010 představila dodnes patrně

nejznámější tříčlennou podskupinu Orange Caramel. Zatímco After School ve své původní podobě sází na silné taneční a pěvecké výkony, charisma a originalitu (např. dodnes jsou jedinou popovou skupinou, která do svých písní zahrnuje pochodové bubny i step), Orange Caramel, sestávající - v době svého vzniku - z nejmladšího tria Raina, Nana a Lizzy, je charakteristický svým odlehčeným a pestrobarevným stylem.

Toto odvětví populární kultury je stále velmi aktivní, ačkoli začíná projevovat příznaky přesycenosti – každý rok se objeví desítky nových skupin, většina však stejně rychle zanikne, nebo v takové konkurenci nezanechá žádný silnější dojem.

Idol, případně člen skupiny idolů, ale není pouze zpěvák a tanečník – v očích veřejnosti je vzorem (především pro dospívající generaci) a reprezentantem ideálních morálních a etických hodnot. Na ty klade korejská společnost vysoký důraz a u veřejně známých osobností se jejich respektování považuje za samozřejmost, ovšem u idolů je tento aspekt zdůrazňován více než u ostatních celebrit.

Jaké jsou tedy charakteristiky modelového idola?

- Pěvecký talent
- Taneční talent
- Herecký talent (není však podmínkou)
- Přitažlivý fyzický vzhled (zejména u dívek)
- Celkově příjemné vzezření
- Schopnost se pohotově vyjadřovat
- Znalost chování před kamerou
- Smysl pro humor, hravost
- Ovládá aspoň jeden další asijský jazyk, příp. angličtinu
- Konkrétní osobní talent (mezi nejčastější patří imitace známých osobností, filmových a seriálových postav apod.)
- Odolnost vůči stresu

4.3 Image celebrit a role veřejnosti

Udržování pozitivní image v očích veřejnosti patří v korejském zábavním průmyslu k tomu nejdůležitějšímu, na co si musí známé osobnosti dávat pozor. V tomto ohledu je korejská veřejnost mnohem kritičtější než západní publikum. Pod nejsilnějším společenským dohledem jsou právě idolové, jakožto hlavní představitelé populární kultury. Skandály, které jsou většinou veřejnosti v západním showbusinessu brány jako

něco běžného, se zde prakticky nevyskytují, neboť mohou lehce poškodit nebo zničit kariéru umělce.

Velice podstatnou roli zde hraje aktivita veřejnosti, která je na mnohem vyšší úrovni, než je tomu na západní polokouli. Fanoušci konkrétních skupin a umělců neváhají investovat do pořádání veřejných akcí či oslavit narozeniny své oblíbené celebrity hromadným darem na charitu, příp. oznámením v místním tisku. Tato loajalita je ale jen jednou stranou mince. Stejně aktivní jsou totiž i odpůrci, tzv. antifanoušci. Podobně jako fanoušci, i oni se sdružují nejen ve virtuálním světě, ale i v tom skutečném, zasílají nenávistné dopisy a výhružky smrti. Úzká skupina těch nejzarytějších jedinců ale neváhá proměnit slova v čin. Někteří se odhodlají k přímému útoku na objekt své nenávisti – k nejvýraznějším patří útok z roku 2006, kdy nic netušící Yunho, člen skupiny TVXQ, dostal od dívky, kterou považoval za členku štábu, lahev pomerančového džusu. Uvnitř lahve ale bylo přimícháno silné adhezivum, po jehož požití musel být Yunho hospitalizován s vnitřním krvácením.⁹⁹

Takovéto incidenty se záměrem fyzicky ublížit bývají poměrně sporadické, daleko častější je forma psychologického útoku, a to v různých intenzitách - od nesouhlasných komentářů na Internetu přes hromadně organizované bojkoty, až po dlouhodobé útoky hraničící s psychickým terorem a ohrožující duševní zdraví celebrity. Hlavní viníci takových událostí zůstanou však často bez vážnějšího trestu. Většina útočníků svého činu krátce po jeho spáchání lituje nebo se zhroutlí a formou osobního dopisu se oběti omluví. Nahrávací společnosti, které mají management celebrit na starosti (prostřednictvím managerů, kteří s nimi tráví 24 hodin denně a mají na starosti hladký průběh všech aktivit, logistiku, bezpečí, harmonogramy apod.), v takovém případě zpravidla už nepokračují v persekuci viníků, snad z obav, aby proti sobě nepoštvali další, a třeba ještě horší, jedince.

K zahájení takového útoku přitom stačí velice málo – na počátku mnohých skandálů stojí jen uměle vytvořená a neověřená (často i neověřitelná) fáma, šířící se mezi antifanoušky, jejichž přesvědčení o neomylnosti své „pravdy“ někdy hraničí s náboženským fanatismem. Takovým případem byl i incident z dubna roku 2010, týkající se korejsko-kanadského rappera s přezdívkou Tablo (Lee Seon-woong, v USA známý jako Daniel Armand Lee). Tablo vystudoval prestižní Stanfordskou univerzitu v

⁹⁹ TVXQ's Yunho finally talks about being poisoned by an anti. In: *Allkpop* [online]. 15. 2. 2011 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z: <http://www.allkpop.com/2011/02/tvxqs-yunho-finally-talks-about-being-poisoned-by-an-anti>

Kalifornii, ovšem na Internetu se začaly objevovat fámy, které tento fakt zpochybňovaly. Aféra byla několik měsíců přiživována antifanoušky, kteří se dokonce zorganizovali do skupiny s názvem „TaJinYo“ (korejský akronym pro frázi „Požadujeme pravdu o Tablovi“) a umělce veřejně očerňovali. Celá tato událost zasáhla Tabla o to tvrději, že během ní zemřel jeho nemocný otec, jehož stav se od propuknutí aféry zhoršoval, což Tablo přisuzoval stresujícím aktivitám ze strany antifanoušků, na které reagoval několika žalobami. Jen několik týdnů po vypuknutí aféry se k celé záležitosti vyjádřilo i samotné vedení Stanfordské univerzity, které Tablovu verzi dosvědčilo a doložilo patřičnými doklady. Část antifanoušků se po této intervenci stáhla do pozadí a dále se ve věci neangažovala, ale nejtvrďší jádro si ani tváří v tvář jednoznačným důkazům nechtělo připustit omyl a v aktivitách pokračovalo. Vehemence antifanoušků zaujala i samotná korejská média, kterým frustrovaný Tablo sdělil, že je nemožné s takovými lidmi vést rozumnou debatu a že mu celá aféra připomíná hon na čarodějnice.¹⁰⁰

Rozuzlení tohoto konfliktu ale probíhalo jiným způsobem, než je v podobných případech obvyklé. V říjnu roku 2010, půl roku po vypuknutí aféry, poskytl novinám rozhovor muž, který se označoval za původce pomluv o Tablovi, stejně jako za zakladatele hnutí TaJinYo. Antifanoušky z naprosté většiny tvoří výhradně mladí lidé, často teenageři, kteří snáze podlehnou svým emocím a z nejrůznějších důvodů (které nemusí být úplně jasné ani jim samotným) si vytvoří silně negativní vztah ke konkrétní celebritě, přičemž se často jedná o impulsivní jednání, které nemá z racionálního hlediska žádné opodstatnění. Avšak muž, který stál v pozadí Tablovy aféry se ukázal být 57letým Korejcem, žijícím v americkém Chicagu, své jméno ovšem neuvedl.

V rozhovoru prohlásil, že už nebude po Tablovi požadovat, aby prokázal své vzdělání, ale neprojevil ani náznak lítosti nebo sebereflexe: „*Pokud to budeme brát jako hru na pravdu, tak já jsem prohrál a Tablo zvítězil.*“ A dodává: „*Byla to pro mě čest, poznat se s lidmi, kteří mé podezření sdíleli.*“¹⁰¹ Zároveň Tabla vyzval k tomu, aby nepodával žaloby vůči konkrétním členům skupiny TaJinYo. Na to ale Tablo odmítl přistoupit a trval na tom, aby byli viníci potrestáni. Výsledkem soudních procesů, které

¹⁰⁰ SO-YOUNG, S. 'This is how you hunt witches'. In: *Korea JoongAng Daily* [online]. 11. 6. 2010 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z:

<http://koreajoongangdaily.joinsmsn.com/news/article/article.aspx?aid=2921668>

¹⁰¹ MYEONG-HWAN, L. Tablo tormentor says he's ending his e-war. In: *Korea JoongAng Daily* [online]. 13. 10. 2010 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z:

<http://koreajoongangdaily.joinsmsn.com/news/article/article.aspx?aid=2927101>

proběhly během následujících dvou let, byly tresty ve výši 8-10 měsíců vězení pro 9 obžalovaných.¹⁰²

4.4 Talk show

Charakteristickým znakem korejských talk show je jejich provázanost s dalšími žánry. Toto mísení žánrů, lze ale bez nadsázky rozšířit na celou oblast korejské televizní zábavy. Čistokrevné žánry jsou poměrně výjimečnou záležitostí, a stejně je tomu i zde. Každá talk show se snaží svůj obsah ozvláštnit a doplnit něčím dynamičtějším než je samotné mluvené slovo. Proto následující výčet obsahuje pouze několik populárních pořadů, které se nejvíce blíží obecné definici talk show tak, jak ji chápe západní divák.

Chitchat of Beautiful Ladies (미녀들의 수다) – KBS, 2006. Kromě svého informativnějšího charakteru se od ostatních pořadů v této kategorii odlišuje ještě něčím podstatnějším. Jedná se totiž o jediný pořad primárně věnovaný cizincům, konkrétně dívkám mladého a středního věku ze všech zemí světa, žijícím v Jižní Koreji (viz. Příloha U). Podmínkou účasti v pořadu je znalost korejštiny na komunikativní úrovni. V současnosti se pořadu účastní více než 100 dívek z celého světa (včetně České republiky), v každém díle je jich ale přítomna jen část.

Konceptem pořadu je diskuze o tom, jak se žije cizincům v Jižní Koreji, jak je z jejich pohledu vnímána místní kultura a reakce okolí. Vzhledem k tomu, že Jižní Korea nemá zatím příliš mnoho zkušeností s cizinci a jejich kulturou (zejména s těmi, kteří pocházejí z neasijských zemí), je zařazení tohoto pořadu možno chápat jako krok vpřed.

Přestože se jedná o originální nápad a pořad jako takový byl veřejností nejprve přijat pozitivně, stal se brzy terčem kritiky kvůli své povrchnosti a odchýlení od původního poslání. Ačkoli se jednotliví hosté svěřují se svými zážitky, a někdy se jedná o emotivní momenty, dotýkající se např. stereotypizace cizinců v očích korejské společnosti, příliš mnoho pozornosti je věnováno lehkovážné interakci s mužskými hosty a irelevantním dotazům, které mohou navodit dojem, že se jedná o hromadnou

¹⁰² HAN-NA, P. Court dismisses appeals by netizens who libeled Tablo. In: *The Korea Herald* [online]. 10. 10. 2012 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20121010000698>

schůzku nezadaných. Diskuze o sociálních a kulturních problémech je tak mnohdy odsouvána do pozadí.¹⁰³

Happy Together (해피 투게더) – KBS, 2001. Kombinace talk show, několika málo varietních prvků a netradičního vysílacího času (každý čtvrtek ve 23:05) zajistila *Happy Together* od počátku silnou popularitu. V každém díle se kromě čtyř moderátorů představí obvykle 3-5 hostů. Oproti některým dalším show neklade tak velký důraz na přítomnost idolů, ačkoli samozřejmě nejsou z pořadu vylučováni.

Celý pořad se většinou nese v odlehčeném duchu, rozhovory se týkají současných aktivit hosta nebo zajímavých historek z minulosti, přičemž moderátoři vtipně reagují na vzniklé situace a komentáře. Jak moderátoři, tak hosté jsou oděni do barevných županů (muži do modrých, ženy do růžových – mužští moderátoři navíc mají na hlavě směšné paruky), samotné natáčení totiž probíhá v prostorách veřejných lázní. Hovorové segmenty jsou prokládány nejrůznějšími minihrami, např. kvízem, kde ostatní hádají zajímavost ze života jednoho z hostů, a za uhodnutí jsou odměněni nejrůznějšími domácími produkty. Závěrečná část každého dílu je věnována speciálnímu segmentu, kde se všichni zúčastnění převlečou do bílých županů, dostanou do ruky průhlednou misku a mluví k sobě nejrůznějšími nářečnými s cílem rozesmát ostatní. Na každého, kdo se zasměje, zaútočí producenti pořadu vodními pistolemi, v takovém případě si přísedící mohou krýt obličej miskou, zasažený však nesmí.

První série pořadu (*Happy Together, 2001-05*) však byla více zaměřena na zábavné mini hry a humornou složku pořadu než na zpovídání hostů. Mezi nejcharakterističtější takové hry patřilo *Plechové karaoke (쟁반 노래방)*. Všichni zúčastnění se po jednom verši střídali ve zpívání vybrané písně, zatímco nad hlavou každého z nich visel na provázku plech na pečení. Pokud se hráč spletl nebo přeřekl, plech mu byl s hlasitou ránou spuštěn na hlavu.

Druhá série (*Happy Together Friends, 2005-07*) potlačila varietní prvky a více se soustředila na jednotlivé aktéry. Nově byly představeny segmenty, ve kterých buď hosté v davu komparzistů hledali své staré přátele, nebo byli titíž přátelé nečekaně pozváni přímo do studia, což často vedlo k emotivním a nostalgickým momentům. Přestože si pořad vedl dobře, popularita druhé série nedostihla svého předchůdce.

¹⁰³ HYE-JIN, K. Korea: Foreigners on Korean TV. In: *Global Voices* [online]. 27. 11. 2007 [cit. 2013-01-19] Dostupné z: <http://globalvoicesonline.org/2007/11/27/korea-foreigners-in-korean-tv/>

Proto se koncept třetí série (*Happy Together Season 3, 2008*) zaměřil na žánrovou vyváženost a zatím si drží své místo mezi nejoblíbenějšími talk/variety show.

Strong Heart (강심장) – SBS, 2009~. Svým formátem si zajistil pozici všeobecně oblíbené talk show s drobnými varietními prvky, jejíž primární důraz ale zůstává na hostech a jejich příbězích ze soukromí. Počet hostů není pevně stanoven, nejčastěji se však pohybuje kolem 15-20. Z tohoto počtu je šest hostů stálými členy, kteří (stejně jako v případě show *Star Golden Bell*) jsou zde především pro vytváření vtipných situací, komentářů a navození správné atmosféry dle tématu hovoru. Také reagují na výpovědi hostů a podněcují tak k reakci i zbytek přítomných, čímž udržují pomyslnou konverzační nit.

Každý z hostů má k dispozici vlastní stupínek s otočnou židlí a stojanem s malou, černou tabulkou (viz. Příloha V). Na tu všichni hosté napíší název nebo stručnou charakteristiku příběhu, o kterém chtějí hovořit. Dva moderátoři (původně Kang Ho-dong a Lee Seung-gi) vyberou pokaždé dvojici hostů, která dostane prostor se vyjádřit. Po skončení obou příběhů ostatní hosté a publikum hlasují o tom, který se jim líbil více.

Oproti jiným talk show je *Strong Heart* pro hosty místem, kde často hovoří o citlivých událostech z minulosti. Většina příběhů je zde před kamerou odhalena vůbec poprvé. Své místo zde ale mají i zábavné nebo strašidelné historky, kromě toho mnohé celebrity také využívají popularity pořadu k vyvracení nejrůznějších fám a pomluv, které se mohou o jejich osobě šířit. Z těchto důvodů jsou výstupy v pořadu často zdrojem pro nejrůznější internetová periodika.

Od února 2013 byl spuštěn nový formát pořadu pod názvem *Strong Heart 2* s novými moderátory.

Win Win (승승장구) – KBS 2, 2010-13. Ze všech uvedených talk show se právě *Win Win* nejvíce blížila klasickému formátu, který klade důraz na informace a serióznější styl rozhovoru s hosty. Na rozdíl od jiných talk show nemá prvoplánově uvolněnou a zábavnou atmosféru, a tak dává hostům více prostoru pro hlubší vyjádření. Po bok charismatického moderátora Kim Seung-woo v průběhu vysílání zasedlo na post spolumoderátorů i několik idolů, kteří měli mimo jiné přilákat k obrazovce širší vrstvu veřejnosti, především proto, že tento formát talk show je v korejské televizi něčím neobvyklým. Ani to ale klesající sledovanost nezachránilo a poslední epizoda byla odvysílána v lednu roku 2013.

4.5 Variety show

Korejské variety show jsou se svými různorodými koncepty, výraznými osobnostmi a zábavou, která vzniká na základě spontánních interakcí aktérů, hlavními nositeli televizní zábavy. Vzhledem ke svému pojetí humoru, který nespolehá na sexismus, útočné zesměšňování či sprostotu, se jim často daří zasáhnout i mezinárodní publikum. Mnohé z populárních televizních programů (nejen variety show) mají svá mezinárodní internetová fóra a komunity, které zprostředkovávají tento zážitek dalším fanouškům, zejména tvorbou titulků (mezi nejčastější patří anglické, vietnamské, čínské a thajské).

Většina korejských variety show nese i znaky reality show. Jednoznačně tyto žánry vůči sobě vymezit je téměř nemožné, zejména i proto, že žánr reality show, tak jak je znám na západě, zde neexistuje. V místním televizním průmyslu se pojmem reality show rozumí pouze jeho prvky v rámci jiného žánru (nejčastěji právě variety show).

Charakteristickým společným prvkem všech korejských variety show je veliký důraz na post-produkci, zejména používání speciálních efektů (CGI – Computer-generated imagery), zvuková úprava a vkládání textu na obrazovku.

Zejména posledně jmenované upoutá divákovu pozornost. Nejen, že dokresluje skutečnost, ale někdy se stává i jejím primárním interpretem, např. v situacích, kdy formou textových bublin zobrazuje myšlenky či rozpoležení aktéra, ve většině případů s lehce komickým nádechem. Také napomáhá orientaci v dialozích – často se totiž jedná o přesný záznam promluvy formou úzkého titulkového pásku ve spodní části obrazovky. Důvodem je fakt, že korejština z lingvistického hlediska obsahuje velké množství mnohoznačných slov, jejichž význam se liší v závislosti na kontextu. Kromě toho se zde vyskytuje mnoho homofonů (stejně znějících slov s odlišnou grafickou podobou), které nelze pouze na základě poslechu jednoznačně odlišit. Neobvyklé není ani užití základních čínských znaků, které jsou v korejštině do jisté míry integrovány a slouží k bližší klarifikaci jinak víceznačného korejského slova.

Poměrně častým jevem u variety show je postavení méně známých postav po bok svých slavnějších kolegů. Vzhledem k celkové oblibě žánru se jedná o efektivní způsob, kterak posílit popularitu některých celebrit, zejména v případě, že si v pořadu vybudují určitý charakter, jehož pomocí svou osobu lépe zvýrazní.

Specifickým druhem variety/reality show jsou tzv. „pre-debut shows“. Jedná se o několikadílný seriál, ve kterém je veřejnosti představena nová idolová skupina s důrazem na jednotlivé osobnosti členů. Tento typ pořadu se většinou zaměřuje na soužití ve společném bytě, vztahy mezi jednotlivými členy, jejich minulost a nejrůznější

společné aktivity, včetně demonstrace tanečních a pěveckých dovedností. Vynechány nejsou ani emotivní momenty, související s náročností výcviku idolů.

Nasazení těchto pořadů je individuální, ve většině případů jsou vysílány ještě před debutem, čili 1. veřejným vystoupením skupiny – v takovém případě mají za úkol získat fanoušky s určitým předstihem, a z dlouhodobějšího hlediska tak připravit lepší podmínky k přežití skupiny. Zjevná nevýhoda této taktiky tkví v tom, že v době vysílání je skupina de facto neznámá, což se projeví na sledovanosti pořadu, zvláště pokud se ho nepodaří dostat na nejsledovanější stanice. Dalším kamenem úrazu je stále zřetelnější přesycenost populárně hudebního průmyslu, která je obzvláště zřetelná na domácí půdě. Paradoxně se tak tyto show těší největší oblibě mezi zahraničními fanoušky, samozřejmě s patřičným časovým odstupem. V takových případech je ale zpětné sledování pořadu důsledkem zájmu o konkrétní skupinu, nikoli jeho prvotní příčinou.

Na následujících řádcích si uvedeme abecední výběr těch nejpopulárnějších show, které přispěly k rozvoji žánru variety show v prostředí Jižní Koreje.

Family Outing (패밀리가 떴다) – SBS, 2008-10. Symbolem tohoto pořadu se stali sami jeho představitelé – 8členná „rodina“, sestávající z bavičů, herců a zpěváků, doplněná v každé epizodě o jednoho či více hostů (viz. Příloha W). Námětem pořadu byla pomoc starším spoluobčanům z venkovních oblastí, kteří se mohli do pořadu přihlásit. V případě, že byli vylosováni, jim provozovatel pořadu, stanice SBS, zajistil víkendový výlet dle jejich přání. Mezitím byl dům výherců i s přílehlými pozemky na celý víkend svěřen aktérům show. Každý díl začíná telefonátem hlavního moderátora (Yoo Jae-suk) ostatním členům rodiny, kterým sdělí místo a čas dalšího natáčení.

Prioritou týmu bylo zábavnou formou splnit úkoly, které jim majitelé domu zanechali sepsané, nejčastěji se jednalo o sklizení úrody, štípání dříví, návštěvy trhu, vaření apod. Pro tyto účely se aktéři často dělili do dvou týmů. Na poražené čekal druhý den trest v podobě přípravy hromadné snídaně, která zahrnovala náročnou ranní misi. Suroviny k přípravě jídla si museli totiž obstarat sami, častým úkolem tak např. bylo lovení ryb v brzkých ranních hodinách či výpomoc na nejbližší farmě. Kamery byly všudypřítomné, aktéři byli natáčeni i během spánku, ačkoli takové záběry byly ve většině případů vystřihány, nedošlo-li k něčemu neobvyklému a divácky přitažlivému.

Dalším trendem, který byl použit i v pozdějších variety show (zejména níže uvedený *Running Man*), je vznik specifických rolí jednotlivých aktérů. Tyto role si lze představit jako přezdívky, ale s mnohem silnějším dopadem na průběh show. Uvedme

si několik konkrétních příkladů: Herec Kim Soo-ro (42) neměl před natáčením *Family Outing* žádné zkušenosti s variety show, přesto se v krátké době stal jedním z nejpopulárnějších členů televizní rodiny. Svou fyzickou silou, soutěživostí a charismatickým vystupováním si od ostatních členů brzy vysloužil přezdívku „Herní ďábel“ a byl tak v podobných příležitostech vždy staven do role favorita.

Jedním z dalších méně známých členů show byl herec Lee Chun-hee (33), který se, navzdory původním očekáváním ostatních, brzy ukázal být fyzicky nejslabším a získal si přezdívku „Nešika Chun-hee“. Posléze byl úmyslně staven do situací, kde tento charakter mohl lépe vyniknout (kupř. se mnohdy objevoval jako protivník „Herního ďábla“). Vzájemné interakce těchto dvou naprosto odlišných osobností daly vzniknout dalším rolím – Kim Soo-ro se stal známým jako „Zlá macecha“ a Chun-hee byl přezdíván „Chunderella“ (odvozeno z anglického názvu pro Popelku, Cinderella). Chun-hee se často pokusil v takových situacích „maceše“ vzepřít, ale jeho nešikovnost se ve většině případů obrátila proti němu.

Toto přijímání specifických charakterů je klíčovým prvkem, který pomáhá protagonistům (zejména těm méně zkušeným v oblasti variety show) nalézt své místo mezi ostatními a stát se významnými členy pořadu. V případě úspěchu pořadu jako takového je pak logickým důsledkem i nárůst popularity těchto „nováčků“ a jejich větší průnik do povědomí veřejnosti.

Gag Concert (개그 콘서트) – KBS2, 2000. Z uvedených variety show je *Gag Concert* jediným programem vedeným výhradně profesionálními komiky (tzv. gagmany). Sestává z několika segmentů, kde na sebe jednotliví komici berou role často záměrně kýčovitých charakterů, z nichž většina má svou charakteristickou hlášku, kterou používají v nespočtu různých situací a kontextů. Častým prvkem bývá i satirizace současných společenských témat. Mnohé charaktery a fráze z pořadu se staly součástí populární kultury a jsou mnohdy parodovány.

Hello Baby (헬로 베이비) – KBS, 2009. *Hello Baby* stojí svým formátem na pomezí variety show a klasické reality show. Zaměřuje se pouze na skupiny idolů, přičemž každé takové skupině je věnována jedna celá série. Námětem pořadu je svěřit mladým celebritám výchovu dítěte ve věku do 5 let. V rámci pořadu absolvují nejrůznější mateřské povinnosti, např. návštěvu doktora, kadeřnice, procházky atd. Největší část pořadu se ale soustředí na domácí prostředí, vlastní iniciativu skupiny a jejich nápady, jak děti zabavit. První série se skládala z 22 epizod, u šesti následujících byl formát

zkrácen na 12. Největším lákadlem byla pro mnoho fanoušků možnost vidět své oblíbené celebrity v úplně jiném prostředí a sociálních rolích. V některých epizodách se objevili hosté, kteří zadali aktérům speciální misi (např. společný výlet do zábavního parku), a na konci dne vybrali nejlepší a nejhorší matku (či otce, v případě chlapeckých skupin).

Heroes (영웅호걸) – SBS, 2010-11. Hlavními účinkujícími v této variety show bylo 12 více a méně známých dámských celebrit z různých oblastí showbusinessu, v celkovém věkovém rozpětí 17-53 let. Klíčovým aspektem show bylo zjišťování popularity jednotlivých celebrit mezi různými cílovými skupinami. Před natáčením, příp. přímo během něj, byla pořádána hlasování, na jejichž základě byly aktérky rozděleny do dvou týmů, ve kterých proti sobě soutěžily v nejrůznějších aktivitách. Jelikož se často natáčelo ve veřejných prostorech, byli do her často zapojováni i kolemjdoucí.

Kromě náhodných soutěží na protagonistky čekaly také serióznější tematické úkoly ze skutečného života – např. kompletní management vlastní restaurace nebo jednodenní zaměstnání v prestižním hotelu s mezinárodní klientelou, která se tak sama ocitla před kamerami.

Infinity Challenge (무한도전) – MBC, 2005~. Oproti ostatním variety show se liší svým konceptem. Nepoužívá téměř žádný scénář a nenatáčí se v žádném studiu, nýbrž v nejrůznějších lokacích nejen v Koreji, ale po celém světě. Hlavními postavami je 7 moderátorů a komiků, které příležitostně doplňují hosté. V každém dílu na členy čeká nějaká konkrétní (a často absurdní) výzva, jako např. přetahovaná s býkem, tažení spřežení rychleji než smečka sněžných psů, nebo porážka profesionálních zápasníků. Mnohé takové výzvy jsou na první pohled nespílitelné, což připravuje úrodnou půdu pro mnoho komických situací, které jsou skutečnou podstatou celé show. Ale vzhledem k tomu, že spektrum akcí, kterých se členové účastní, je velmi široké a zahrnuje i skutečně nebezpečné úkoly, nejsou žádnou výjimkou ani zranění. Přestože od první epizody této show uběhlo už 8 let, stále se jedná o nejsledovanější program tohoto typu.¹⁰⁴

¹⁰⁴ WOL-CHEON, S. 'Muhan dodžon' šičongrjul sangsung 'gudžu jonsok dongšigande irui'. In: *XportsNews* [online]. 13. 1. 2013 [cit. 2013-01-16]. Dostupné z: http://xportsnews.hankyung.com/?ac=article_view&entry_id=288696

Invincible Youth (칭춘불패) – KBS 2, 2009-10, 2011-12. První série této variety show představila 7 dívek, vybraných z různých idolových skupin a přenesla je do tradičního venkovského prostředí. Dívky se musely přizpůsobit místním podmínkám a spolu s moderátory a obyvateli vesnice se blíže seznámit s venkovským životem. Jednotlivé úkoly, mezi které patřilo i stavění kotce pro zvířata, orání pole apod., byly často koncipovány jako soutěž dvou týmů, přičemž na poražený tým vždy čekal nějaký trest, např. kydání stájí. Show se rychle stala díky netradičnímu konceptu velmi populární a oblast natáčení (vesnice Yuchiri v provincii Gangwon-do na severu Jižní Koreje) přilákala mnoho turistů. V reakci na tento trend se začaly dívkami vypěstované produkty prodávat na trzích a show začala více propagovat ekologické zemědělství. Vzhledem k hudebním aktivitám jednotlivých členek se nepodařilo udržet původní skupinu pohromadě, což značilo konec první série. Po roční přestávce byla oznámena druhá série s novým složením a na nové lokaci, ale od počátku nesplnila očekávání a v roce 2012 byla definitivně stažena.

Running Man (런닝맨) – SBS, 2010. Tvůrci tohoto pořadu o něm mluví jako o „akční variety show v městském prostředí“.¹⁰⁵ Hlavními protagonisty je tým 7 celebrit, (podobně jako u *Family Outing* se jedná o kombinaci více a méně známých osobností), téměř vždy doplněn o několik hostů, přičemž zde fakticky neexistuje pevná role moderátora, celý tým vystupuje jako jeden harmonický celek (viz. Příloha X). Natáčení nejprve probíhalo na nejrůznějších lokacích spjatých s veřejným životem (obchodní domy, muzea, fotbalové stadiony apod.) po zavíracích hodinách, nejčastěji tedy přes noc až do rána. K natáčení jsou sice použity i statické kamery, ale vzhledem k velikým rozlohám natáčecích ploch a celkové dynamice show se z větší části spoléhá na osobní kameramany, od počátku přidělené jednotlivým celebritám, včetně hostů.

V úvodu show byly všechny východy z budovy uzavřeny a protagonisté rozděleni do dvou či více týmů. Všichni zúčastnění mají rovněž na zádech suchým zipem připevněnou svou jmenovku. Pokud je strhnuta, dotyčný je ze závodu vyřazen a přesouvá se do improvizovaného vězení. Tyto jmenovky se po odvysílání několika prvních dílů rychle staly jedním ze symbolů celého pořadu. O popularitě programu svědčí i fakt, že patří k mnoha pořadům, které jsou vysílány na mezinárodním kanálu KBS World, prostřednictvím serveru Youtube.

¹⁰⁵ CHA-YEON. 'Irjori čotda ' Judžesok sé kchono 'roningmen' čulgjok. In: *Nocut News* [online]. 25. 6. 2010 [cit. 2013-01-19]. Dostupné z: <http://www.nocutnews.co.kr/show.asp?id=1510155>

Program prošel od svého počátku několika změnami formátu. V nejrannější podobě bylo úkolem týmů hledat ukryté pokladničky, obsahující blíže nespecifikované množství mincí. Alternativou bylo účastnit se misí, ve kterých bylo vítězství odměněno pevně stanovenou částkou. Tým, který měl po skončení závodu nasbíráno větší množství peněz, mohl budovu opustit, poražení museli zůstat a vítat zaměstnance, přicházející do práce, příp. absolvovat návrat domů hromadnou dopravou, oblečení do směšných a pozornost poutajících kostýmů.

Tento koncept byl po několika prvních epizodách obměněn. Nově měl vždy jeden tým za úkol v daném časovém limitu v prostředí objektu nalézt několik ukrytých předmětů. Během celého procesu byli pronásledováni členy druhého týmu, který měl za úkol hledače pochytat. Každý z pronásledovatelů měl na svých botách připevněnou rolničku, převážně pro psychologický efekt, a rovněž je nebylo žádným způsobem možné ze závodu vyřadit, což stavilo pronásledované do nevýhodné situace. Tento vyřazovací závod se stal trvalou součástí programu, většinou zabírající přibližně polovinu z 95 minut vysílacího času.

Dalšími podstatnými změnami bylo opuštění konceptu týmů a větší integrace hostů do programu. Hosté už nebyli členům představeni na začátku, nýbrž byli ukryti v davu shodně oděných komparzistů a členů štábu, kde je ostatní museli najít. Hosté často dostali na úvod vlastní speciální úkol, jehož splněním mohli hlavní protagonisty vyřadit z hledání, to ovšem nemělo vliv na zbytek programu. Většina úkolů, zejména konečný vyřazovací závod, byla pojata formou „všichni proti všem“. To umožňovalo větší flexibilitu a nepředvídatelnost, neboť právě v tomto formátu se začala objevovat divácky atraktivnější krátkodobá spojení, dohody i zrady mezi jednotlivými aktéry, stejně jako hra na špiony, kdy před natáčením štáb kontaktuje jednoho vybraného člena a bez vědomí ostatních mu zadá individuální misi, nejčastěji spočívající v nenápadném vyřazení všech ostatních závodníků.

V neposlední řadě došlo i ke zvětšení škály celého programu. Zatímco v počátcích bylo natáčení vymezeno na jednu konkrétní budovu, příp. komplex, v pozdějších dílech se děj přesouvá do otevřených oblastí, a dokonce do různých částí země. Obvyklé je tak i natáčení členů při individuálním či společném přesunu mezi natáčecími lokacemi.

Z hlediska týmu protagonistů je i zde důležitým faktorem tvorba a upevňování divácky atraktivních charakterů, jako tomu bylo u výše zmíněné show *Family Outing*. Tento element je zde ale v mnohem silnější podobě, což souvisí i s dynamičtějším pojetím show a větším množstvím situací umožňujících přímou interakci mezi členy.

Každý jednotlivý charakter je dále zvýrazněn tematicky odpovídajícím hudebním doprovodem či krátkou melodií, dokreslující odpovídající atmosféru.

Star Golden Bell (스타골든벨) – KBS 2, 2004-10. Jednalo se o populární show, která v sobě mísila prvky talk show a variety show. V každé epizodě kromě tří moderátorů vystupovalo 20 hostů, rozdělených do pěti řad po 4 členech. Každá řada byla pojmenována podle jedné slabiky názvu pořadu v korejštině (Seu-Ta-Gol-Deun-Bel). Poslední řada, Bel, byla vždy obsazena stejnými baviči a komiky. Jejich úkolem bylo (ve spolupráci s moderátory) vtipně reagovat na ostatní hosty a udržovat konverzaci v případě, že se to nedařilo hostům. Těmi bývaly více i méně známé osobnosti ze všech oblastí veřejného života, nejen celebrity.

Show byla rozdělena do několika segmentů, které se v průběhu let vyvíjely a měnily. V některých proti sobě soutěžily jednotlivé řady (např. hádání čtyřslabičného slova, kde každý člen měl uhodnout jednu slabiku), v některých všichni proti všem (zejména poslední segment, kde bylo za úkol v krátkém časovém limitu vymyslet slovo, jehož slabiky začínaly na zadaná písmena). Po každém segmentu byla přidána určitá částka do banku, vítěz posledního segmentu pak postoupil do finále, kde dostal jednu poslední otázku. Pokud zodpověděl správně, celá dosud shromážděná částka byla darována na charitu, v případě špatné odpovědi propadla.

Specialitou této show byl segment *Protivné otázky (뱀상 질문)*, který zavedl moderátor Jeon Hyun-moo. V tomto segmentu se, na základě negativních komentářů, posbíraných z Internetu, trefoval do slabých stránek jednotlivých hostů. Často se ale do vlastních otázek záměrně zamotal a umožnil tak hostům přejít do humorného protiútku.

Jeon Hyun-moo byl některými svými kolegy považován za poměrně kontroverzní osobu, ačkoli to jeho popularitě ve výsledku jen pomohlo. V době, kdy působil jako moderátor programu *Star Golden Bell*, byl zároveň i televizním hlasatelem stanice KBS. Hlasatelé mají v korejské společnosti silně pozitivní image, jsou vnímáni jako jedni z nejprestižnějších televizních zaměstnanců, a tudíž se od nich očekává určitá dávka seriózní reprezentace. Jeon Hyun-moo svým působením ve *Star Golden Bell* a dalších zábavných pořadech tuto auru kolem hlasatelů silně narušoval, zejména svými tanečními parodiemi na současné populární písně. Dokonce se musel vedení stanice písemně omluvit, ale nakonec mu bylo vše odpuštěno.

Star King (놀라운 대회! 스타킹) – SBS, 2007. Koncept variety show *Star King* připomíná talentové show: prostor před kamerou je primárně věnován lidem, kteří chtějí na televizní obrazovce předvést nějaký zvláštní talent či dovednost. Celebrity zde vystupují jako část publika a krátkými rozhovory jak s moderátorem, tak s jednotlivými soutěžícími vyplňují prostor mezi vystoupeními. V pořadu se objevují lidé z různých zemí světa a bez věkového omezení. Na konci pořadu je hlasováním zvolen nejzajímavější host, který obdrží finanční výhru.

We Got Married (우리 결혼했어요) – MBC, 2008. Myšlenkou pořadu je soužití dvou celebrit v předstíraném manželství. Ve většině případů je alespoň jeden z páru protagonistů členem idolové skupiny, jeho protějškem ale může být např. i o něco málo starší herec/herečka.

Úvodní díly zahrnují první setkání páru a překonávání vzájemného ostychu, k symbolickému sňatku dochází většinou o několik dílů později. Show se souběžně účastní 3-4 páry, které spolu běžně nepřijdou do styku, jedinou výjimkou jsou speciální mise, jejichž cílem bývá zjistit, který z párů si nejlépe rozumí. Všem zúčastněným je v každé epizodě věnována stejná pozornost. Po úvodním sblížení nastává stěhování do společného domu, zajištěného štábem pořadu. Právě od štábu také dostávají novomanželé nejrůznější úkoly, ale je jim ponechána i možnost překvapit partnera návrhem nějaké společné aktivity.

Celá show má silně emocionální podtext, mnoho misí od producentů má za úkol navodit romantickou a novomanželskou atmosféru. Show je navíc v mnohých momentech prokládána záběry z individuálních a mnohdy emotivních rozhovorů, dotáčených později. Veškeré dění je ze studia pozorováno skupinkou moderátorů, mezi kterými často figuruje jeden či více hostů, přičemž se většinou jedná o někoho s blízkou vazbou na jednoho z novomanželů. Sami ale do průběhu show nijak nezasahují, jejich přítomnost se omezuje na zahájení a ukončení show, příp. příležitostný komentář.

Natáčení probíhá povětšinou v delších, souvislých úsecích a zúčastněné páry jsou sledovány po dobu několika měsíců. Události ze skutečného života (tedy reálného sňatku) jsou zde do jisté míry simulovány uměle vytvořenými situacemi a celkově je záměrem producentů navodit co nejvěrohodnější iluzi společného soužití, která mnohdy přesahuje samotný rámec natáčecích prostor. Všechny tyto prvky řadíme mezi

klíčové charakteristiky reality show¹⁰⁶, z čehož vyplývá, že ze všech uvedených show má právě *We Got Married* nejbliže k žánru reality show, a to takovou měrou, až se dá téměř hovořit o reality show s prvky variety než naopak.

4.6 Sitcom

Samotné slovo „sitcom“ je v korejském zábavním průmyslu poměrně volně užívaným pojmem. Mnoho pořadů s tímto označením ve skutečnosti nenesou téměř žádné charakteristické znaky žánru. Naopak nadměrně užívaným pojmem je „drama“, paradoxně zahrnující i množství pořadů, které s dramatem jako televizním žánrem nemají nic společného. Romantické komedie, sitcomy, historické romány, akční seriály a další – to vše je v korejském prostředí kolektivně označováno jako televizní drama.

Mnoho z těchto dramát lze svými obecnými rysy přirovnat k telenovelám ze západního televizního prostředí. Klasickou telenovelu, tedy žánr, který dlouhodobě sleduje osudy různého množství postav, obsahuje prvky mnoha dalších žánrů a většinou se nasazuje do dopoledních (příp. odpoledních) hodin, totiž v korejském prostředí nenalezneme. Vysílací doba dramát se nejčastěji pohybuje mezi 19. a 21. hodinou, několikrát týdně.

Ono srovnání s telenovelou je ale možné jen na velice povrchní úrovni (frekvence vysílání), jelikož v dalších konkrétních znacích lze vyzorovat podstatné rozdíly.

Tím nejzásadnějším a nejzřetelnějším je rozsah. Zatímco počet dílů u typické západní telenovely se počítá minimálně v řádu stovek, korejská TV dramata mají nejčastěji 20-30 epizod. Výjimkou jsou historická dramata, která bývají dvakrát či třikrát rozsáhlejší. Existují i ale velice krátká díla, nejznámější je v tomto ohledu *Legend of Hyang Dan* (*향단전*, MBC, září 2007), které je odlehčeným zpracováním klasického korejského lidového příběhu a sestává pouze ze dvou epizod.

Samotné sitcomy, resp. dramata s komediálními prvky, jsou oproti dalším žánrům koncipovány jako dlouhodobější projekty. Nejčastěji se tak jedná minimálně o několik desítek epizod, přičemž horní hranice není nijak omezena, především díky většímu prostoru pro fantazii tvůrců, než je tomu např. u zmíněných historických dramát, kde existují určité mantinely dané historickými reáliemi a vybraným časovým obdobím. S tím souvisí i větší rotace dramát, nová díla jsou totiž natáčena prakticky neustále. Na rozdíl od telenovel je zde dávana většina prostoru známějším hercům, což zaručuje

¹⁰⁶ HOLMES, S., JERMYN, D. *Understanding Reality Television*. 2nd ed. London: Routledge, 2004, s. 2. ISBN 0-415-31795-9.

vyšší herecké výkony. I tento faktor přispívá k tomu, že jsou dramata všeobecně oblíbeným televizním žánrem, který nabízí jak kvalitu, tak kvantitu. Dalším odlišným znakem je větší charakterová hloubka jednotlivých postav a uvěřitelnější dějová linie, často zahrnující denní problémy cílové skupiny diváků.

Několik takových sitcomů si na následujících řádcích představíme.

All My Love (몽땅 내사랑) – MBC, listopad 2010 - září 2011. Tento úspěšný sitcom ve svých 210 epizodách vykresluje různé příhody dvou naprosto odlišných rodin, chudých Hwangů a bohatých Kimů. Chudou rodinu představuje svobodná matka Hwang Mi-sun se svými dvojčaty. Mi-sun se snaží všemi způsoby mámit ze všech lidí kolem sebe peníze, kvůli čemuž přišla o všechny přátele. I životy jejích dětí jsou plné přetvářky a falše. Její syn Ok-yeob se doma vydává za vzorného studenta, přestože učení upřímně nenávidí a daleko radši tráví čas v klubech. Jeho sestra, Geum-ji, je sobecká a umíněná mladá dívka, která před svými přáteli předstírá, že pochází z bohaté rodiny a má v plánu se jednou chytře provdat. Netuší, že všichni v jejím okolí tuto přetvářku už dávno prohlédli. Oba sourozenci si navíc neustále dělají nejrůznější naschvály. Častým terčem jejich vznětlivých povah se často stává i jejich společný přítel Yoon Doo-joon.

Bohatý ředitel místní školy, Kim Gab-soo, je nenapravitelný skrbník a prospěchář, žijící v luxusní vile. Spolu s ním tam žije i jeho asistent, tajemný Jun Tae-soo. Chod domácnosti má na starosti podobně tajuplný „sluha Kim“. Mi-sun se nakonec za pomoci intrik a souhry okolností podaří přimět ředitele k sňatku, ale tím jí starosti zdaleka nekončí.

All My Love se většinou drží klasické struktury žánru, obsahuje mnoho humorných, někdy až absurdních situací, doprovázených umělým smíchem. Takové situace bývají příležitostně doplněné krátkodobými dramatictějšími momenty, které se ale vždy dočkají humorného rozuzlení. Narozdíl od klasických sitcomů, kde má každý díl uzavřený děj, zde mezi jednotlivými díly existuje přímá kontinuita.

Real School! (레알 스쿨!) – MBC Every1, leden - březen 2011. Sitcom ze středoškolského prostředí, jehož hlavními hrdiny jsou studenti, trpící strachem z angličtiny. Více či méně dobrovolně se všichni přihlašují do tajuplné školy s názvem „Real School“, o níž nikdo nic konkrétního neví, ale říká se, že jejím absolventům se v angličtině nikdo nevyrovná. Ve školním prostředí pak dochází k nejrůznějším

konfrontacím. Všechny postavy mají poměrně výrazný a mírně stereotypizovaný charakter, což není u sitcomů nic neobvyklého.

Roli komicky záporných charakterů nejlépe vyplňují do sebe zahleděná a povýšená intrikářka Kim Soo-yeon a rozmazlený, arogantní „frajírek“ z bohaté rodiny, Shin Dong-ho. Jednoznačně kladnou roli zde nenalezneme, ale pozitivní, byť trochu nečitelnou image má od počátku charismatický, přímočarý student Do Ji-han, kterým je Soo-yeon od první chvíle doslova posedlá a nezastaví se před ničím, aby v něm probudila podobné city. Právě tato její posedlost a neopětovaná láska je největším zdrojem zábavy během všech 40 epizod.

Sitcom byl natáčen v prostředí anglického městečka Paju, v provincii Gyeonggi, na severozápadě Jižní Koreje, a jednu z rolí si zahrála i účastnice výše uvedené talk show *Chitchat of Beautiful Ladies*, Guzal Tursunova, původem z Uzbekistánu.

Shut Up Family (닥치고 패밀리) – KBS 2, srpen 2012~. Podobně jako u *All My Love*, i zde je hlavním tématem střet dvou rodin z různého prostředí, zpracováním se ale oba podstatně liší. Rozdíly mezi oběma rodinami jsou zde ztvárněni realističtější, k tomu přispívá i fakt, že zábavné prvky zde nejsou doprovázeny umělým smíchem, vyskytují se v uvěřitelnějších situacích a také nebývají dotaženy ad absurdum. Avšak během první epizody, kdy je kladen důraz na zvýraznění sociální propasti mezi oběma rodinami (což je hlavní premisa celého sitcomu), může způsob jejich podání mnohdy vyznít spíše urážlivě. Vzhledem ke kontrastu humoru a snahy podat úvodní obraz uvěřitelnou formou tak může snadno dojít ke zmatení diváka.

Yul Suk-hwan je hlavou obyčejné, nevýrazné a poměrně chudé rodiny. Přesto je velkým optimistou a libuje si ve veřejných projevech lásky ke svým příbuzným. Jeho dcera Hee-bong je často cílem posměšků kvůli svému zanedbanému zevnějšku, na který doplácí ve všech oblastech života. Prostřední syn Woo-bong je sympatický mladík, kterému ovšem schází sebevědomí, kvůli čemuž je ve škole šikanován silnějšími spolužáky, a dokonce i dívkami. Nejmladší syn Mak-bong je usměvavé a energické dítě. Se zbytkem rodiny žije i velice spořívá babička Goong Ae-ja, která nese rysy prostší venkovské důchodkyně.

Naprostým opakem je rodina Woo Shin-hye, která je majitelkou luxusního salonu krásy. Jako úspěšná podnikatelka má velice průbojnou a puntičkářskou povahu, která se projevuje i v jejích dvou krásných dcerách. Starší Ji-yoon je matčinou asistentkou v salonu a funguje jako její pravá ruka. Mezi ostatními je známá jako marnivá, naivní a nepřilíš inteligentní. Mladší Da-yoon je na rozdíl od své sestry mnohem bystřejší. Na

střední škole je prezidentkou své třídy, zároveň je ale velice chladnou a krutou mistryní přetvářky. Pod jejím křehkým vzezřením se skrývá bezcitná a pragmatická povaha. Ačkoli se často před ostatními tváří mile a nevinně, mají z ní respekt i ti nejsilnější chlapci z okolí. Starší generaci v této rodině zastupuje babička Na Il-ran, která na všechny chudší pohlíží až s teatrálním despektem.

K nejzásadnějšímu dějovému zvratu dochází už v samotné první epizodě. Nejprve jsou představeny jednotlivé postavy, každé z nich je poskytnut krátký prostor, ve kterém jsou vykresleny jejich charakterové rysy. Zde také dochází k prvním konfliktům, během kterých vzniká a prohlubuje se vzájemné opovržení obou rodin. Hlavním bodem děje na obou stranách se v tomto okamžiku stává rodinná večeře, kterou, shodou okolností, obě rodiny plánují na stejný večer. Ke svému obrovskému překvapení se všichni příchozí postupně schází u stejného stolu. Vzápětí vyjde najevo, že celou událost tajně naplánovaly hlavy obou rodin, Suk-hwan a Shin-hye, kteří zde také oznámili své zasnoubení.

Standby (스탠바이) – MBC, duben - říjen 2012. Sitcom z prostředí imaginární televizní stanice TV11. Televizní reportér Ryu Jin-haeng je sice služebně starší než mnozí ostatní, jeho tréma, nervozita a plejáda profesních trapasů mu však brání v kariérním postupu. Nakonec byl odsunut na vedlejší kolej jako moderátor jednoho nepříliš populárního pořadu. Za to, že ještě nebyl vyhozen, vděčí i své nadřízené Kim Soo-hyun, která nad ním drží ochrannou ruku, především proto, že k němu chová silné city, čehož si ovšem Jin-haeng nikdy nepovšimne. On sám se již delší dobu schází se svobodnou matkou, která ale v průběhu sitcomu umírá těsně před jejich plánovanou svatbou, což jen zhorší jeho už tak nestabilní vztah s jejím pragmatickým synem Im Si-wanem.

Ji-haengův mladší bratr, Ryu Ki-woo, je v mnohých aspektech bratrovým opakem. Povahově je průbojnější a sebevědomější, zároveň je ale věčně usměvavým a předržlým sukničkářem, přesto ale vystupuje v kladné roli – na rozdíl od podobných charakterů v jiných sitcomech nespadá do stereotypu arogantního a namyšleného suveréna.

Jako vzor na pracovišti stanice TV11 a Jin-Haengův konkurent je prezentován hlasatel Ha Suk-jin. Vystupuje jako pohledný, racionálně založený, chladný a vždy profesionální charakter, ale ve skutečnosti je vše jen maskou, která zakrývá vzpomínky na střední školu, během které byl, kvůli svému tehdejšímu vzhledu, často terčem posměšků a vtípků, za nimiž stál Ki-woo. To je i důvodem jeho jednostranné nenávisti,

zatímco Ki-woo vůbec netuší, že Suk-jin a středoškolský otloukánek jsou jedna a ta samá osoba. Právě Suk-jin je postavou, která je ze všech účinkujících díky svým vnitřním konfliktům nejvíce propracovaná, a tedy se u ní dá hovořit o jakési hloubce. Ostatní postavy, ač mají rozličné a zábavné charaktery, působí poněkud jednodimenzionálně a v prostředí bez interakce s ostatními přestávají být zajímavé.

Nejvýraznější ženskou rolí je mladá, energická, ale trochu roztržitá Jung So-min. So-min a Ki-woo jsou od samotného počátku implikováni jako jeden z hlavních párů celého sitcomu, oba na sebe totiž neustále naráží v nejrůznějších situacích a kontextech. Zatímco So-min je z takového vývoje událostí poněkud zaskočena, především proto, že se jí před Ki-woem vždy podaří se nějakým způsobem znemožnit, sám Ki-woo bere v důsledku své hravé povahy vše na lehkou váhu, a dokonce So-min všelijak popichuje.

Z hlediska sledovanosti si *Standby* nevedl nejlépe. Byl poněkud nešťastně vysílán po nepříliš dobře přijatém *High Kick 3: The Revenge of the Short Legged* (viz níže), kterému bylo vyčítáno odchýlení se od komediální podstaty žánru a mnohem větší dramtizace děje.

Unstoppable High Kick (거침없이 하이킥) – MBC, listopad 2006 - červenec 2007.

V centru dění sitcomu *High Kick* jsou dva bratři, reprezentující nejklaasičtější stereotypy středoškolské mládeže. Starší Min-ho je klasickým ukázkovým a tichým studentem, zatímco jeho o rok mladší bratr Yun-ho je pravým opakem – jeho největší vášní jsou motocykly, často se dostává do problémů a sám o sobě ví, že se svému staršímu bratrovi ve škole nikdy nevyrovná. Jejich otec je neschopný, ale přehnaně optimistický a naivní dobrák, zatímco jejich matka je až příliš sebevědomou a emancipovanou ženou. Dědeček obou bratrů je posedlý penězi a pornografií, a pro babičku je charakteristická fyzická síla a láska k jídlu.

Napříč svými 167 epizodami si *Unstoppable High Kick* vybudoval obrovskou popularitu a dal vzniknout dvěma volným pokračováním: *High Kick Through the Roof (지붕 뚫고 하이킥, MBC, září 2009 - březen 2010)* a *High Kick 3: The Revenge of the Short Legged (하이킥! 짧은 다리의 역습, MBC, září 2011 - březen 2012)*. Každá série představila nové postavy a prostředí, ale třetí série nedosáhla popularity svých předchůdců, načež byla kritizována (kromě odchýlení od hlavních prvků žánru) za to, že spoléhala na příležitostná vystoupení herců, kteří proslavili první dvě série.

Konvergence hudebního a televizního průmyslu, jež byla zmíněna v úvodu kapitoly, je nejvíce patrná právě zde, v oblasti televizních dramát. Konkrétně sitcomy se dobře osvědčily jako herecká prvotina mladých idolů, především proto, že charaktery v sitcomech většinou nekladou důraz na velkou hloubku a umožňují lepší ztotožnění se s postavou. Díky celkově odlehčenému pojetí se navíc lépe zakryjí případné chyby plynoucí z nedostatku hereckých zkušeností.

Pohled na idoly v herectví je poměrně komplikovaná a do jisté míry subjektivní záležitost. Zatímco sami profesionální herci a režiséři si tuto formu spolupráce pochvalují a několik idolů si vybuodovalo pověst velice dobrých herců/hereček i v seriózních žánrech, veřejnost má sklon být někdy až přehnaně kritická – v mnohých případech je zřejmé i užívání dvojích standardů. V očích veřejnosti mívají profesionální herci kolem sebe jistou auru, které se žádný idol, byť sebetalentovanější, nemůže vyrovnat. K vyjádření tohoto svého názoru neváhají použít ani agresivnějších prostředků, např. výhružky těm, kteří zastávají názor opačný.

Dochází tak k paradoxním situacím, ve kterých takto skálopevně založení jedinci jsou mnohdy v názorovém rozporu s těmi, které tak bezmezně obdivují. Vzhledem k všeobecné provázanosti všech odvětví zábavního průmyslu je naprosto normálním jevem, že mnoho idolů má přátele mezi profesionálními herci a naopak. Prvkem, narušujícím tuto rovnováhu, se tak paradoxně stává samotná veřejnost, pro kterou je tvorba všech zúčastněných skupin určena.

ZÁVĚR

Tato diplomová práce na svých stránkách přinesla podrobný pohled na vývoj tří populárních žánrů televizní zábavy – talk show, variety show a sitcomu. Vzhledem k tomu, že vymezení počátků jejich historického vývoje může být nejednoznačné a subjektivní, omezil jsem se ve svém bádání pouze na ty prvky, které přímo souvisí s rozvojem těchto žánrů v rámci televizního prostředí. Alternativní úhly pohledu na tuto problematiku jistě existují, nejsou však předmětem této práce.

Vzhledem k tomu, že prakticky celý vývoj televize se odehrával na americkém kontinentě, který je rovněž označován za kolébku televize, byly zde položeny základy trendům, které byly posléze přejímány ostatními částmi světa. Více než kde jinde tam byl provázán vývoj médií a společnosti jako celku, právě média totiž umožnila potlačovat zavedené stereotypy, rozšiřovat divákům obzory a v mnohých případech jejich role nabyla historických významů. Přejímání trendů bylo ilustrováno na prostředí České republiky, která se na trhu televizní zábavy z velké části stále pohybuje ve fázi hledání své vlastní identity.

Přínosem do oblasti vývoje zmíněných žánrů je pohled na dosud neprávem opomíjenou jihokorejskou scénu, která ve své produkci kombinuje moderní pojetí, sympatické i západním divákům, s originálními nápady, ale zároveň nezapomíná na své kulturní tradice, které do žánrů zdařile integruje. Odlišný kulturní vývoj v morálně a eticky náročnějším klimatu vedl jednak k rozdílnému vymezení hranic žánrů, jednak k menším bulvarizačním tendencím tamějších mediálních produktů, z čehož vyplývá mnohem vstřícnější postoj veřejnosti k médiím a jejich představitelům a také celkově vyšší zájem o oblast televizní zábavy. Podrobný pohled na vývoj a postavení médií v jihokorejské společnosti a jejich vztahy s veřejností by však svým rozsahem vydal na zcela samostatnou práci.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-574-5.

ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. UJAK, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

BARNOUW, E. *Tube of Plenty: The Evolution of American Television*. 2nd ed. New York: Oxford University Press, 1990. ISBN 978-0-19-506484-1.

BAUMEISTER, R. F., BUSHMAN, B. J. *Social Psychology and Human Nature*. 1st ed. Belmont: Thomson Wadsworth, 2008. ISBN 978-0-495-11633-2.

BENNETT, W. L. The News About Foreign Policy. In: BENNETT, W. L., PALETZ, D. L., eds. *Taken by Storm: The Media, Public Opinion and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. 1st ed. Chicago: University of Chicago Press, 1994. ISBN 0-226-04259-6.

BERLE, M. *An Autobiography*. 1st ed. New York: Applause Books, 2002. ISBN 1-55783-585-3.

BIOCCA, F. A. Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. In: ANDERSON, J. A., ed. *Communication Yearbook 11*. New York: Routledge, 2012. ISBN 978-0-203-85619-2.

BLUMENTHAL, H. J., GOODENOUGH, O. R. *This Business of Television: The Standard Guide to the Television Industry*. 3rd ed. New York: Billboard Books, 2006. ISBN 978-08230-7763-2.

BROOKS, T., MARSH, E. F. *The Complete Directory to Prime Time Network and Cable TV Shows, 1946-Present*. 9th ed. New York: Random House Publishing Group, 2009. ISBN 978-0-345-49773-4.

CAESAR, S., FRIEDFELD, E. *Caesar's Hours: My Life in Comedy, with Love and Laughter*. 1st ed. New York: PublicAffairs, 2005. ISBN 978-1-58648-283-1.

CULLEN, F. *Vaudeville Old & New: An Encyclopedia of Variety Performers in America, Volume 1*. 1st ed. New York: Routledge, 2007. ISBN 978-0-415-93853-2.

DESJARDINS, M. Lucy and Desi: Sexuality, Ethnicity and TV's First Family. In: HARALOVICH, M. B., ed. *Television, History, and American Culture: Feminist Critical Essays*. 2nd ed. Durham: Duke University Press, 2002. ISBN 978-0-822-32394-5.

DUNNING, J. *On the Air: The Encyclopedia of Old-Time Radio*. 2nd ed. New York: Oxford University Press, 1998. ISBN 978-0-19-507678-3.

HOLMES, S., JERMYN, D. *Understanding Reality Television*. 2nd ed. London: Routledge, 2004. ISBN 0-415-31795-9.

KAROL, M. *Lucy A to Z: The Lucille Ball Encyclopedia*. 4th ed. Bloomington: iUniverse, 2007. ISBN 978-0-595-75213-3.

LANDAI, L. *I Love Lucy: TV Milestones series*. 1st ed. Detroit: Wayne State University Press, 2010. ISBN 978-0-8143-3261-0.

LINDER, L. R., DALTON, M. M. *The Sitcom Reader: America Viewed And Skewed*. 1st ed. Albany: State University of New York Press, 2005. ISBN 0-7914-6570-5.

MUNSON, W. *All Talk: The Talkshow in Media Culture*. 1st ed. Philadelphia: Temple University Press, 1993. ISBN 0-87722-995-3.

NAPOLI, P. M. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. 1st ed. New York: Columbia University Press, 2011. ISBN 978-0-231-15035-4.

NOELLE-NEUMANN, E. *The Spiral of Silence: Public Opinion-Our Social Skin*. 2nd ed. University of Chicago Press, 1993. ISBN 978-0-226-58936-7.

PETERSON, R. L. *Strange Bedfellows: How Late-Night Comedy Turns Democracy Into a Joke*. 1st ed. New Jersey: Rutgers University Press, 2008. ISBN 978-0-8135-4284-3.

RIXON, P. *American Television on British Screens: A Story of Cultural Interaction*. 1st ed. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2006. ISBN 978-1-4039-4120-6.

ROMAN, J. *Love, Light, and a Dream: Television's Past, Present, and Future*. 2nd ed. Westport: Greenwood Publishing Group, 1998. ISBN 978-0-275-96437-5.

TIMBERG, B., ERLER, B. *Television Talk: A History of the Tv Talk Show*. 1st ed. Austin: University of Texas Press, 2002. ISBN 0-292-78176-8.

WASKO, J. Introduction. In: WASKO, J., ed. *A Companion to Television*. 1st ed. West Sussex: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-9877-6.

ZHU, Y., ed. *TV Drama in China*. 1st ed. Aberdeen: Hong Kong University Press, 2008. ISBN 978-962-209-941-8.

Seznam použitých internetových zdrojů

All in the family-edith and the attacker. In: *Youtube* [online]. 19. 1. 2011 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=P4JqTkaEEzc>. Kanál uživatele labalt.

ARCENEUX, M. Why Maury Povich 'is the father' of black trash TV. In: *The Grio* [online]. 9. 9. 2011 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://thegrio.com/2011/09/09/why-maury-povich-is-the-father-of-black-trash-tv/>

ASSOCIATED PRESS. Leno promises smooth transition to O'Brien. In: *Today* [online]. 28. 9. 2004 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.nbcnews.com/id/6115643/site/todayshow/ns/today-entertainment/t/leno-promises-smooth-transition-obrien/#.UQ6GuKXWKUo>

BENEŠOVÁ, J. Jan Kraus: Český Letterman, který bojuje proti korupci. In: *Topzine* [online]. 2. 9. 2011 [cit. 2013-02-11]. Dostupné z: <http://www.topzine.cz/jan-kraus-cesky-letterman-ktery-bojuje-proti-korupci>

Benjamin Franklin Keith (1846-1914). In: *Boston Opera House* [online]. [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.bostonoperahouse.com/BenjaminFranklinKeith.htm>

BIANCULLI, D. Excerpt: 'Dangerously Funny'. In: *National Public Radio* [online]. 14. 10. 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=130569467>

BOYER, P. J. Snyder-Barrett Feud No Closer To Resolution. In: *The Sumter Daily Item* [online]. South Carolina: Osteen Publishing Co., 1980, vol. 86, iss. 44. [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: <http://news.google.com/newspapers?id=cmIIAAAAIBAJ&sjid=qKoFAAAAIBA&pg=2077%2C6538766>

Browse Biography. [online]. © 2010 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://www.browsebiography.com/bio-boa.html>

Cam111. [online]. 28. 4. 2011 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.cam111.com/photonews/2011/04/28/92962.html>

CARTER, B. CBS and Letterman Give Snyder Official Welcome. In: *New York Times* [online]. 10. 8. 1994 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z:

<http://www.nytimes.com/1994/08/10/arts/cbs-and-letterman-give-snyder-official-welcome.html>

CARTER, B. 'Friends' Finale's Audience Is the Fourth Biggest Ever. In: *New York Times* [online]. 8. 5. 2004 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2004/05/08/arts/friends-finale-s-audience-is-the-fourth-biggest-ever.html>

Celeb Deadles. [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://celebdeadles.tumblr.com/post/26902551877/milton-berle-berlinger-12-june-1908-27>

CoJeCo. [online]. [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://lite.cojeco.cz/img.php?id=7305>

Comeback. [online]. © 2012 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://comeback.nova.cz/rubrika/oporadu>

Conan O'Brien Says He Won't Host 'Tonight Show' After Leno. In: *New York Times* [online]. 12. 1. 2010 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2010/01/12/conan-obrien-says-he-wont-do-tonight-show-following-leno/>

Dagmar's Canteen. In: *Archive of American Television* [online]. [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://www.emmytvlegends.org/interviews/shows/dagmars-canteen>

DIFFIN, E., LANE, M. Why do Americans care about late night TV? In: *BBC News* [online]. 22. 1. 2010 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8450575.stm>

DOLL, S. *Elvis Presley Biography: Elvis Presley on The Ed Sullivan Show*. [online]. [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://entertainment.howstuffworks.com/elvis-presley-biography12.htm>

DOYLE, J. "Dinah Shore & Chevrolet". In: *The Pop History Dig* [online]. 22. 03. 2009, last update 4. 11. 2011 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z:

<http://www.pophistorydig.com/?tag=see-the-usa-in-your-chevrolet>

Dramabeans. [online]. 5. 9. 2011 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z:

<http://www.dramabeans.com/2011/09/variety-roulette-strong-heart/>

DRAPER, P. Rice shortages and Toilet Paper shortages. In: *Daily Kos* [online]. 23. 4. 2008 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.dailykos.com/story/2008/04/24/502262/-Rice-shortages-and-Toilet-Paper-shortages>

DVD Talk. [online]. 9. 1. 2011 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:

<http://www.dvdtalk.com/reviews/46223/all-in-the-family-season-8/>

E! News. [online]. 27. 12. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:

<http://uk.eonline.com/news/374201/david-letterman-talks-jay-leno-on-oprah-the-most-insecure-person-i-have-ever-known>

Economic Research. [online]. 4. 1. 2013 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:

<http://economicresearchwallpaper.blogspot.cz/2013/01/arthur-godfrey-songs.html>

ERICKSON, H. Seinfeld [TV Series] (1989). In: *Allmovie* [online]. © 2013 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.allmovie.com/movie/seinfeld-tv-series-v276165/>

EUN-YOUNG, J. Transnational Korea: A Critical Assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. In: GUMP, STEVEN E. *Southeast Review of Asian Studies*. [online]. University of Illinois, 2009, vol. 31. [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: http://www.uky.edu/Centers/Asia/SECAAS/Seras/2009/06_Jung_2009.pdf

Friends of Justice. [online]. 13. 3. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:

<http://seiginonakama.blogspot.cz/2012/03/whm-2012-tv-women-of-70s.html>

Geektyrant. [online]. 11. 8. 2010 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:

<http://geektyrant.com/news/2010/8/11/johnny-carsons-tonight-show-archive-goes-online.html>

GENT, G. Seeger accuses C.B.S. over song; act cut when he refused to drop verse, says Seeger. In: *New York Times* [online]. 15. 9. 1967 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.peteseeger.net/nytimes09151967.htm>

George Gallup, 1901-1984. In: *Gallup* [online]. [cit. 2013-01-28]. Dostupné z: <http://www.gallup.com/corporate/21364/george-gallup-19011984.aspx>

GERALDO RIVERA BREAKS HIS NOSE - SKINHEAD BRAWL 1988. In: *Youtube* [online]. 6. 8. 2007 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://youtu.be/S1KT1QoSCT8>. Kanál uživatele tlangelo.

HAN-NA, P. Court dismisses appeals by netizens who libeled Tablo. In: *The Korea Herald* [online]. 10. 10. 2012 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20121010000698>

HARRIS, M. When Paar Boiled. In: *Entertainment Weekly* [online]. 7. 2. 1995 [cit. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.ew.com/ew/article/0,,309422,00.html>

HARRIS, S. The Worst 'SNL' Performances Ever. In: *Pop Eater* [online] 24. 4. 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.popeater.com/2010/04/24/worst-snl-performances/>

Holdup Suspender Company. [online]. © 2. 2. 2013 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: http://www.suspenders.com/larry_king.htm

Hundreds of Japanese Protest Against Korean Wave. In: *The Chosun Ilbo* [online]. 9. 8. 2011 [cit. 2013-01-13]. Dostupné z: http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2011/08/09/2011080901004.html

HYE-JIN, K. Korea: Foreigners on Korean TV. In: *Global Voices* [online]. 27. 11. 2007 [cit. 2013-01-19] Dostupné z: <http://globalvoicesonline.org/2007/11/27/korea-foreigners-in-korean-tv/>

HYE-JUNG, J. *The Nature of Nationalism in the "Korean Wave": A Framing Analysis of News Coverage about Korean Pop Culture*. [online]. [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: http://citation.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/1/8/7/9/2/pages187925/p187925-1.php

Charming Korea. [online]. 6. 5. 2010 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://jmsupercuteinkorea.blogspot.cz/2010/05/is-misuda-still-relevant.html>

CHA-YEON. 'Irjoiiri čotda ' Judžesok sé kchono 'roningmen' čulgjok. In: *Nocut News* [online]. 25. 6. 2010 [cit. 2013-01-19]. Dostupné z: <http://www.nocutnews.co.kr/show.asp?idx=1510155>

Ikka's World. [online]. 24. 1. 2013 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://duniablogikka.blogspot.cz/2013/01/family-outing-season-1-part-2.html>

INGRAM, B. Cigarette advertising on TV. In: *TV Party* [online]. [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.tvparty.com/vaultcomcig.html>

Irjoiiri čotda – Roningmen. [online]. 28. 6. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://cafe.daum.net/tvpad/5DG1/10?docid=1PiAy|5DG1|10|20120628144258>

KAPLAN, J. The beast is back. In: *New York Magazine* [online]. New York Media, LLC, 1994, vol. 27, iss. 31 [cit. 2013-02-04]. ISSN 0028-7369. Dostupné z: http://books.google.cz/books?id=WOMCAAAMBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

KENRICK, J. *A History of the Musical: The British Music Hall*. [online]. © 2000, revised 2003 [cit. 2013-02-05]. Dostupné z: <http://www.musicals101.com/musichall.htm>

KIENZLE, R. The 50's TV Star Who Drove The Real 'Mad Men' Mad. In: *Community Voices of the Pittsburgh Post-Gazette* [online]. 28. 3. 2012 [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://communityvoices.sites.post-gazette.com/index.php/arts-entertainment-living/get-rhythm/32410-the-50s-star-who-made-mad-men-madder>

KISS On The Tomorrow Show With Tom Snyder – 1979. In: *Youtube* [online]. 31. 5. 2012 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0c6XVaNZzZk>. Kanál uživatele Necra Monium.

LESEMAN, L. Paul on rocking and rolling... for four decades. In: *KISS Online* [online]. 12. 10. 2012 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: <http://www.kissonline.com/news/title/paul-on-rocking-and-rolling-for-four-decades>

LIDJI, E. Once America's mother, now forgotten, Molly Goldberg shines in new film. In: *The Jewish Chronicle* [online]. 17. 9. 2009 [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: http://thejewishchronicle.net/view/full_story/3625160/article-Once-America%E2%80%99s-mother--now-forgotten--Molly-Goldberg-shines-in-new-film

Live apartment fire. [online]. 31. 1. 2010 [cit. 2013-02-18]. Dostupné z: <http://liveapartmentfire.com/2010/01/31/formula-one/>

LLOYD, M. *Charles Morton's Canterbury Music Hall, 143 Westminster Bridge Road, Lambeth, London*. [online]. © 2001-13 [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.arthurlloyd.co.uk/canterbury.htm>

Major Bowes. In: *Old Time Radio Catalog* [online]. [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://www.otrcat.com/major-bowes-p-1575.html>

MAŇÁK, V. Trnitá cesta českého sitcomu. Uspěl až Ozzák. In: *Česká televize* [online]. 2. 10. 2011 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/138103-trnita-cesta-ceskeho-sitcomu-uspel-az-ozzak/>

MANOVICH, L. *The Language of New Media*. [online]. [cit. 2013-01-28]. Dostupné z: <http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>

Mary Kay and Johnny on CBS. In: *TV Guide* [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.tvguide.com/tvshows/mary-kay-and-johnny/202962>

Milton Berle. In: *Encyclopaedia Britannica* [online]. [cit. 2013-02-07]. Dostupné z:
<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/62052/Milton-Berle#ref750195>

Mind of my own. [online]. 26. 1. 2011 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:
<http://mindofmyown-supernova.blogspot.cz/2011/01/friends-forever.html>

MYEONG-HWAN, L. Tablo tormentor says he's ending his e-war. In: *Korea JoongAng Daily* [online]. 13. 10. 2010 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z:
<http://koreajoongangdaily.joinsmsn.com/news/article/article.aspx?aid=2927101>

Na Plovárně: Hosté Plovárny. In: *Česká televize* [online]. [cit. 2013-02-11]. Dostupné z:
<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093836883-na-plovarne/6232-hoste-plovarny/>

NACHMAN, G. A really big showman ... In: *Los Angeles Times* [online]. 4. 7. 2011 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://articles.latimes.com/2011/jul/04/entertainment/la-et-ed-sullivan-20110704>

Not The Nine O'Clock News. In: *BBC* [online]. [cit. 2013-02-05]. Dostupné z:
<http://www.bbc.co.uk/comedy/notthenineoclock/>

PDX Retro. [online]. © 2010 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:
<http://pdxretro.com/2011/07/dave-garroway-july-13-1913july-21-1982/>

Radio & TV History : Fact Sheet. *Originalamateurhour.com* [online]. © 2008 [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://www.originalamateurhour.com/history/factsheet.htm>

Radio Gaga. [online]. 20. 12. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:
<http://radiogoogoradiogaga.tumblr.com/>

RAISLEY, G. TV Guide's 50 Worst Shows of All Time. In: *International Movie Database* [online]. 29. 6. 2011 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z:
<http://www.imdb.com/list/mDvV5MEpAeM/>

Robert McNamara admits Gulf of Tonkin attack did not happen. In: *Youtube* [online]. 7. 3. 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z:

<http://www.youtube.com/watch?v=5AaGVAipGp0>. Kanál uživatele 1ThatWants911truth.

Rolling Stones - US TV (ABC) 'Hollywood Palace Show', Los Angeles, 3 June, 1964. In: *Youtube* [online]. 28. 4. 2012 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=xgCdt8CRI3w>. Kanál uživatele Cockroaches Fan.

Saturday Night Live. *Emmys.com* [online]. [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.emmys.com/shows/saturday-night-live>

SETOODEH, R. Rosie O'Donnell's Disastrous Oprah Winfrey Network Experience. In: *The Daily Beast* [online]. 17. 5. 2012 [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://www.thedailybeast.com/articles/2012/03/17/rosie-o-donnell-s-disastrous-oprah-winfrey-network-experience.html>

SHIRES, J. M*A*S*H. In: *The Museum of Broadcast Communications* [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=mash>

SIMON, R. The Ed Sullivan Show. In: *The Museum of Broadcast Communications* [online]. [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=edsullivans>

SO-YOUNG, S. 'This is how you hunt witches'. In: *Korea JoongAng Daily* [online]. 11. 6. 2010 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z: <http://koreajoongangdaily.joinsmsn.com/news/article/article.aspx?aid=2921668>

Springer's 'silly' show. In: *BBC News* [online]. 6. 10. 2000 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/959370.stm>

Staley Wise Gallery. [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: http://www.staleywise.com/collection/good_humor/pages/4_halsman_side_caesar_coc_a.html

STEINHAUSER, S. Originals to Be Heard, Not Seen. In: *The Pittsburgh Press* [online]. Pennsylvania: E. W. Scripps Company, 1950, vol. 67, iss. 125. [cit. 2013-02-10].

Dostupné z:

<http://news.google.com/newspapers?id=sXgbAAAAIBAJ&sjid=ak0EAAAAIBAJ&pg=1581%2C6710228>

STRAUSBAUGH, J. The Godfather of Vaudeville. In: *The Chiseler* [online]. [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://chiseler.org/post/28338618741/the-godfather-of-vaudeville>

TAFLINGER, R. F. *Sitcom: What It Is, How It Works. An Examination of the Situation Comedy*. [online]. © 1996 [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://public.wsu.edu/~taflinge/sitexam.html>

That Was The Week That Was. In: *BBC* [online]. [cit. 2013-02-05]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/comedy/twtwtw/>

The Many Faces of Oprah. In: *New York Show Tickets* [online]. [cit. 2013-01-30]. Dostupné z: <http://www.nytx.com/TVShows/Archive/OprahWinfrey/oprahwinfrey.html>

The Tomorrow Show (John Lennon) 1975 part 1. In: *Youtube* [online]. 30. 6. 2008 [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: http://www.youtube.com/watch?v=58hSFj_9Gfs. Kanál uživatele beatlesmac7363.

'The Uncensored Story' Of The Smothers Brothers. In: *National Public Radio* [online]. © 2010 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: <http://www.npr.org/templates/transcript/transcript.php?storyId=130569467>

The Yale Record. [online]. © 2011 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.yalerecord.com/the-smothers-brothers/>

Thinkexist. [online]. © 1999-2013 [cit. 2013-02-09]. Dostupné z: http://thinkexist.com/quotes/tommy_smothers/

TV Guide. [online]. 14. 9. 2011 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.tvguide.com/News/Love-Lucy-Live-1037282.aspx>

TV Ratings: 1984-85. *ClassicTVHits.com* [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:
<http://www.classictvhits.com/tvratings/1984.htm>

TVXQ's Yunho finally talks about being poisoned by an anti. In: *Allkpop* [online]. 15. 2. 2011 [cit. 2013-01-14]. Dostupné z: <http://www.allkpop.com/2011/02/tvxqs-yunho-finally-talks-about-being-poisoned-by-an-anti>

TYNAN, K. Profiles: Fifteen Years of the Salto Mortale. In: *The New Yorker* [online]. 20. 2. 1978 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z:
http://www.newyorker.com/archive/1978/02/20/1978_02_20_047_TNY_CARDS_000326477?printable=true

V&A. [online]. © 2013 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:
<http://www.vam.ac.uk/content/articles/t/the-story-of-music-halls/>

WOLFE, M. G. A Yiddish Guide To Molly Goldberg and "The Goldbergs". *Haruth.com* [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://haruth.com/mw/mgoldberg.html>

WOL-CHEON, S. 'Muhan dodžon' šičongrjul sangsung 'gudžu jonsok dongšigande irui'. In: *XportsNews* [online]. 13. 1. 2013 [cit. 2013-01-16]. Dostupné z:
http://xportsnews.hankyung.com/?ac=article_view&entry_id=288696

Zoomer Radio AM740. [online]. 13. 10. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z:
<http://www.zoomerradio.ca/on-this-day/october-13-1974-ed-sullivan/>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dave Garroway a šimpanz Fred J. Muggs.....	I
Příloha B – <i>The Oprah Winfrey Show</i> a manželé Obamovi	I
Příloha C – Larry King.....	II
Příloha D – Johnny Carson, moderátor <i>The Tonight Show</i>	II
Příloha E – Největší rivalové noční TV	III
Příloha F – Tom Snyder	III
Příloha G – Canterbury Music Hall, Londýn, 19. století.....	IV
Příloha H – Arthur Godfrey	IV
Příloha I – Major Bowes a jeho gong	V
Příloha J – Milton Berle.....	V
Příloha K – Ed Sullivan	VI
Příloha L – Úspěšná televizní dvojice Sid Caesar a Imogene Coca.....	VI
Příloha M – Bratři Smothersovi, průkopníci politické satiry	VII
Příloha N – I Love Lucy	VII
Příloha O – All in the Family: Scéna, která šokovala Ameriku	VIII
Příloha P – Protagonisté válečného sitcomu M*A*S*H.....	VIII
Příloha Q – Celosvětově úspěšný sitcom <i>Friends</i>	IX
Příloha R – Miloslav Šimek a Zuzana Bubílková	IX
Příloha S – Protagonisté sitcomu <i>Comeback</i>	X
Příloha T – Kwon Boa	X
Příloha U – <i>Chitchat of beautiful ladies</i> – panelistky ze zemí celého světa	XI
Příloha V – Pohled do studia talk show <i>Strong Heart</i>	XI
Příloha W – Protagonisté <i>Family Outing</i>	XII
Příloha X – Running Man	XII

PŘÍLOHY

Příloha A – Dave Garroway a šimpanz Fred J. Muggs.¹⁰⁷



Příloha B – *The Oprah Winfrey Show* a manželé Obamovi.¹⁰⁸



¹⁰⁷ Dostupné z: <http://pdxretro.com/2011/07/dave-garroway-july-13-1913july-21-1982/> [online]. © 2010 [cit. 2013-02-13]

¹⁰⁸ Dostupné z: <http://www.cam111.com/photonews/2011/04/28/92962.html> [online]. 28. 4. 2011 [cit. 2013-02-13]

Příloha C – Larry King.¹⁰⁹



Příloha D – Johnny Carson, moderátor *The Tonight Show*.¹¹⁰

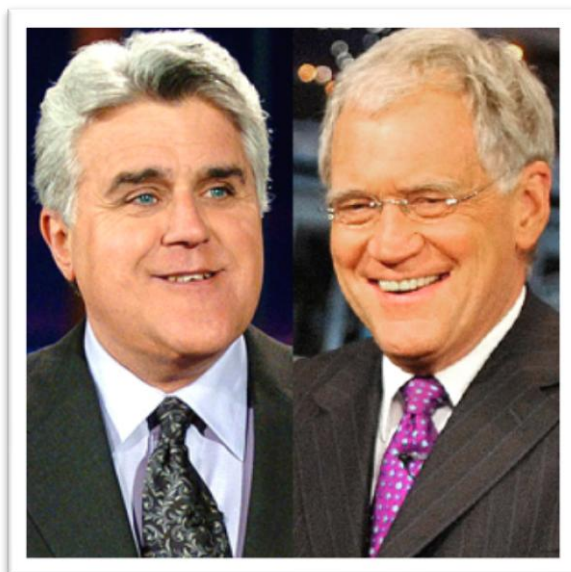


¹⁰⁹ Dostupné z: http://www.suspenders.com/larry_king.htm [online]. © 2. 2. 2013 [cit. 2013-02-13]

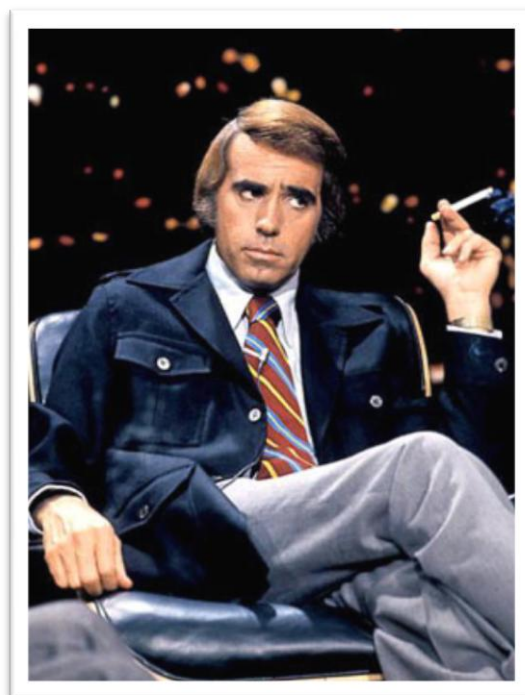
¹¹⁰ Dostupné z: <http://geektyrant.com/news/2010/8/11/johnny-carsons-tonight-show-archive-goes-online.html> [online]. 11. 8. 2010 [cit. 2013-02-13]

Příloha E – Největší rivalové noční TV.¹¹¹

Vlevo: Jay Leno, vpravo: David Letterman



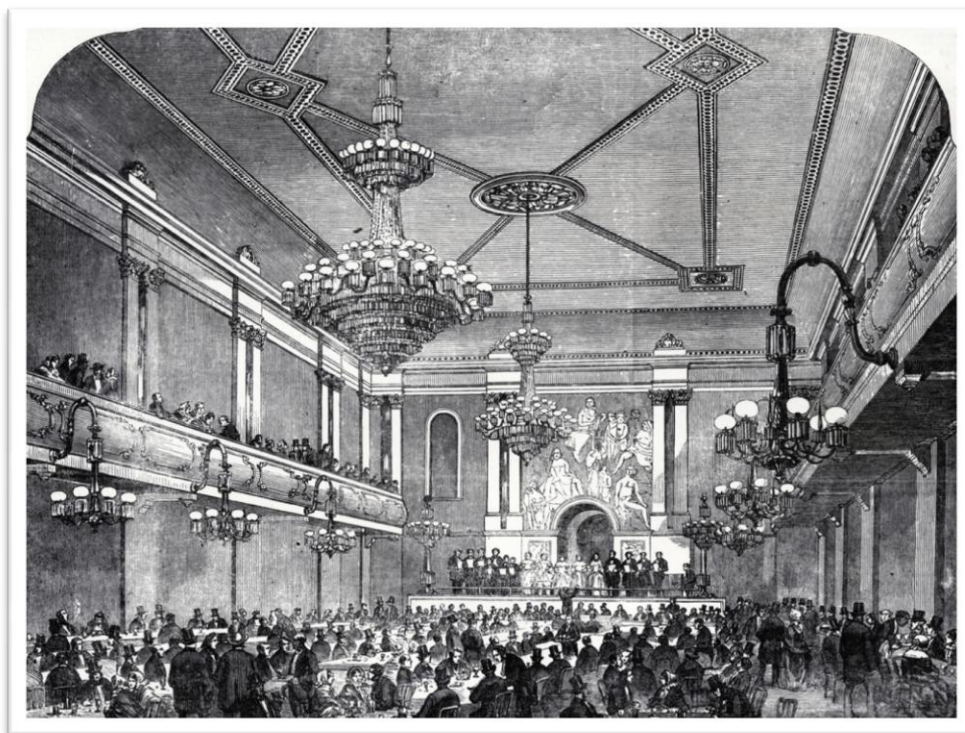
Příloha F – Tom Snyder.¹¹²



¹¹¹ Dostupné z: <http://uk.eonline.com/news/374201/david-letterman-talks-jay-leno-on-oprah-the-most-insecure-person-i-have-ever-known> [online]. 27. 12. 2012 [cit. 2013-02-13]

¹¹² Dostupné z: <http://liveapartmentfire.com/2010/01/31/formula-one/> [online]. 31. 1. 2010 [cit. 2013-02-18]

Příloha G – Canterbury Music Hall, Londýn, 19. století.¹¹³



Příloha H – Arthur Godfrey.¹¹⁴



¹¹³ Dostupné z: <http://www.vam.ac.uk/content/articles/t/the-story-of-music-halls/> [online]. © 2013 [cit. 2013-02-13]

¹¹⁴ Dostupné z: <http://economicresearchwallpaper.blogspot.cz/2013/01/arthur-godfrey-songs.html> [online]. 4. 1. 2013 [cit. 2013-02-13]

Příloha I – Major Bowes a jeho gong.¹¹⁵



Příloha J – Milton Berle.¹¹⁶



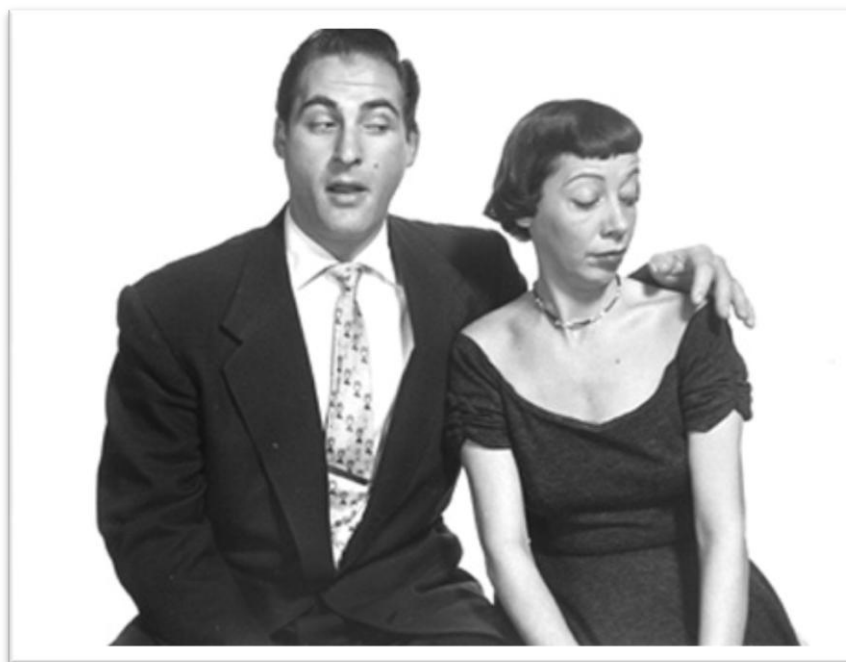
¹¹⁵ Dostupné z: <http://radiogoogoradiogaga.tumblr.com/> [online]. 20. 12. 2012 [cit. 2013-02-13]

¹¹⁶ Dostupné z: <http://celebdeadles.tumblr.com/post/26902551877/milton-berle-berlinger-12-june-1908-27> [online]. [cit. 2013-02-13]

Příloha K – Ed Sullivan.¹¹⁷



Příloha L – Úspěšná televizní dvojice Sid Caesar a Imogene Coca.¹¹⁸



¹¹⁷ Dostupné z: <http://www.zoomerradio.ca/on-this-day/october-13-1974-ed-sullivan/> [online]. 13. 10. 2012 [cit. 2013-02-13]

¹¹⁸ Dostupné z: http://www.staleywise.com/collection/good_humor/pages/4_halsman_side_caesar_coca.html [online]. [cit. 2013-02-13]

Příloha M – Bratři Smothersovi, průkopníci politické satiry.¹¹⁹

Vlevo: Dick, vpravo: Tom



Příloha N – I Love Lucy.¹²⁰



¹¹⁹ Dostupné z: <http://www.yalerecord.com/the-smothers-brothers/> [online]. © 2011 [cit. 2013-02-13]

¹²⁰ Dostupné z: <http://www.tvguide.com/News/Love-Lucy-Live-1037282.aspx> [online]. 14. 9. 2011 [cit. 2013-02-13]

Příloha O – All in the Family: scéna, která šokovala Ameriku.¹²¹



Příloha P – Protagonisté válečného sitcomu M*A*S*H.¹²²

Zadní řada (zleva): B. J. Hunnicutt (Mike Farrell), Otec Mulcahy (William Christopher), Frank Burns (Larry Linville), plukovník Potter (Harry Morgan).

Uprostřed (zleva): Klinger (Jamie Farr), Radar (Gary Burghoff)

V popředí (zleva): Margaret Houlihanová (Loretta Swit), "Hawkeye" Pierce (Alan Alda)

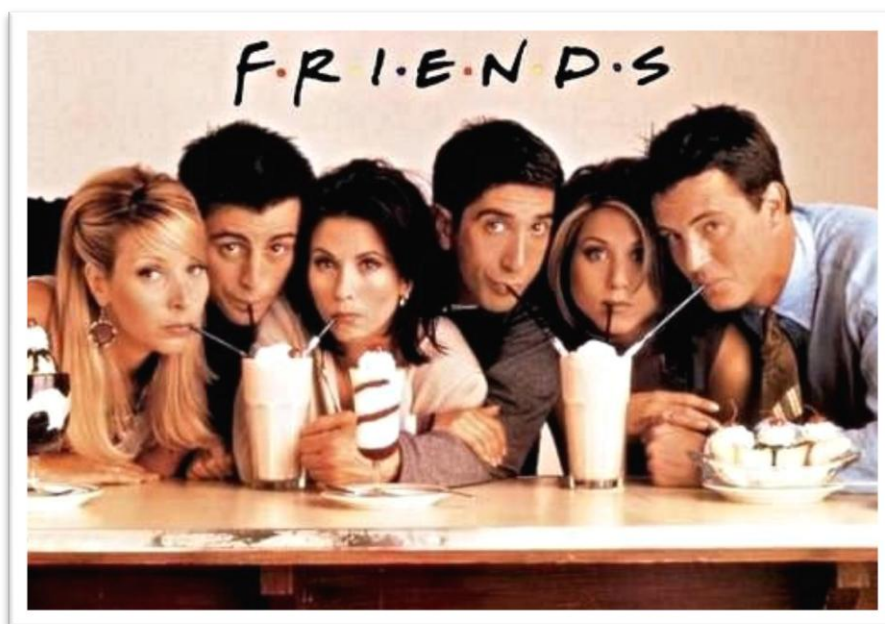


¹²¹ Dostupné z: <http://www.dvdtalk.com/reviews/46223/all-in-the-family-season-8/> [online]. 9. 1. 2011 [cit. 2013-02-13]

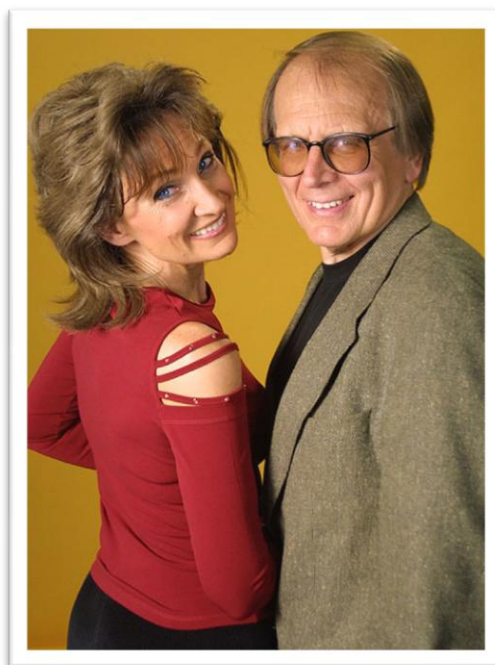
¹²² Dostupné z: <http://seiginonakama.blogspot.cz/2012/03/whm-2012-tv-women-of-70s.html> [online]. 13. 3. 2012 [cit. 2013-02-13]

Příloha Q – Celosvětově úspěšný sitcom *Friends*.¹²³

Zleva: Phoebe (Lisa Kudrow), Joey (Matt LeBlanc), Monica (Courteney Cox), Ross (David Schwimmer), Rachel (Jennifer Aniston) a Chandler (Matthew Perry)



Příloha R – Miloslav Šimek a Zuzana Bubílková.¹²⁴



¹²³ Dostupné z: <http://mindofmyown-supernova.blogspot.cz/2011/01/friends-forever.html> [online]. 26. 1. 2011 [cit. 2013-02-13]

¹²⁴ Dostupné z: <http://lite.cojeco.cz/img.php?id=7305> [online]. [cit. 2013-02-14]

Příloha S – Protagonisté sitcomu Comeback.¹²⁵

Zleva: Ozzák (Martin Dejdar), Lexa (Matouš Ruml), Marcelka (Dana Batulková), Iva (Kristýna Leichtová), Tomáš Pacovský (Tomáš Matonoň), Saša (Marie Doležalová)



Příloha T – Kwon Boa.¹²⁶



¹²⁵ Dostupné z: <http://comeback.nova.cz/rubrika/oporadu> [online]. © 2012 [cit. 2013-02-14]

¹²⁶ Dostupné z: <http://www.browsebiography.com/bio-boa.html> [online]. 3. 4. 2012 [cit. 2013-02-14]

Příloha U – *Chitchat of beautiful ladies* – panelistky ze zemí celého světa.¹²⁷



Příloha V – Pohled do studia talk show *Strong Heart*.¹²⁸



¹²⁷ Dostupné z: <http://jmsupercuteinkorea.blogspot.cz/2010/05/is-misuda-still-relevant.html> [online]. 6. 5. 2010 [cit. 2013-02-14]

¹²⁸ Dostupné z: <http://www.dramabeans.com/2011/09/variety-roulette-strong-heart/> [online]. 5. 9. 2011 [cit. 2013-02-14]

Příloha W – Protagonisté *Family Outing*.¹²⁹

Horní řada, zleva: Yoo Jae-suk, Lee Hyo-ri, Kim Jong-kook, Park Ye-jin, Lee Chun-hee.

Spodní řada, zleva: Kang Dae-sung, Kim Soo-ro, Yoon Jong-shin, Park Hae-jin, Park Shi-yeon.



Příloha X – Running Man.¹³⁰

Zleva: Lee Kwang-soo, Kim Jong-kook, Yoo Jae-suk, Song Ji-hyo, Ji Suk-jin, Haha a Gary.



¹²⁹ Dostupné z: <http://duniablogikka.blogspot.cz/2013/01/family-outing-season-1-part-2.html> [online]. 24. 1. 2013 [cit. 2013-02-14]

¹³⁰ Dostupné z: <http://cafe.daum.net/tvpad/5DG1/10?docid=1PiAy|5DG1|10|20120628144258> [online]. 28. 6. 2012 [cit. 2013-02-13]

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Michal Kraus

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Prezenční

Název práce: Specifické TV žánry a jejich vývoj (Talk show, Variety show, Sitcom)

Rok: 2013

Počet stran textu bez příloh: 83

Celkový počet stran příloh: 12

Počet titulů českých použitých zdrojů: 4

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 24

Počet internetových zdrojů: 90

Počet ostatních zdrojů: 0

Vedoucí práce: PhDr. Soňa Štroblová