

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM**

2013-2018

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Kristýna Englická**

**Porovnání nejznámějších moderátorů talk show v ČR a USA.**

**Oprah Winfrey vs. Jan Kraus**

Praha 2018

Vedoucí bakalářské práce: Doc. PhDr. Jaroslav Buček, Ph.D.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR COMBINED STUDIES**

**2013-2018**

**BACHELOR THESIS**

**Kristýna Englická**

**Porovnání nejznámějších moderátorů talk show v ČR a USA.**

**Oprah Winfrey vs. Jan Kraus**

Prague 2018

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Doc. PhDr. Jaroslav Buček, Ph.D.

### **Prohlášení:**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Kristýna Englická

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala především vedoucímu práce Doc. PhDr. Jaroslavu Bučkovi, Ph.D., za velmi cenné rady a trpělivost.

## **Anotace**

Bakalářská práce se ve své teoretické části zabývá pojetím a definicí pojmu talk show, jejím vznikem a historií. Rozebírá podžánry talk show a média jako hlavní komunikační nástroj. Práce charakterizuje moderátora televizního pořadu, způsoby moderování a typologii pokládaných otázek. Dále se také zabývá publikem a sociálním statutem hosta. V závěru teoretické části práce představuje zkoumané moderátory a jejich talk show. Analytická část práce se zabývá výzkumem a srovnáním nejznámějších moderátorů talk show v ČR a USA. Na základě průzkumu vyhodnocuje úroveň jednotlivých moderátorů, jejich odlišnosti a nedostatky a vnímání hostů z hlediska mentality a jiných způsobů.

## **Klíčová slova**

Moderátor, moderování, talk show, mediální nástroje, mediální komunikace, publikum

## **Annotation**

Bachelor theses in its theoretical part deals with concept and definition of talk show, its origins and history. It also deals about talk shows and media as the main communication tool. It characterizes moderator, they way of moderation and the typology of the questions asked. It analyzes the audience and the guest's social status. At the end of theoretical part of the theses it presents the moderators and their talk show. The analytical part deals with the research and comparison of the most known moderators in Czech Republic and USA. Based on research it evaluates the individual level of moderators, their differences and disparity of audience based on different mentality.

## **Keywords**

Moderator, moderation, talk show, media tools, media communications, audience

## Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>1 TALK SHOW</b> .....	<b>10</b>
1.1 Definice talk show .....	10
1.2 Televize a talk show .....	12
1.2.1 Historie talk show v USA.....	13
1.2.2 Historie talk show v ČR .....	14
1.2.3 Podžánry talk show .....	16
<b>2 MÉDIA JAKO NÁSTROJ KOMUNIKACE</b> .....	<b>21</b>
2.1 Definice pojmu média.....	21
2.2 Charakteristika televizního vysílání.....	22
2.3 Tvorba zábavných pořadů.....	24
2.3.1 Moderátor televizního pořadu .....	24
2.3.2 Pojetí a definice moderování .....	25
2.3.3 Typy rozhovorů a typologie pokládaných otázek .....	27
2.3.4 Nonverbální komunikace moderátora .....	28
2.4 Mediální dialog.....	29
2.4.1 Definice pojmu mediální dialog .....	30
2.4.2 Aspekty pojmu mediální dialog.....	31
2.4.3 Publikum a sociální status hosta.....	32
<b>3 ANALYTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>33</b>
3.1 Představení Jana Krause .....	33
3.1.1 Struktura pořadu .....	34
3.1.2 Prostředí a uspořádání interiéru.....	35
3.1.3 Průběh natáčení .....	35
3.1.4 Projev Jana Krause .....	37
3.2 Představení Oprah Winfrey .....	38
3.2.1 Kariéra Oprah Winfrey.....	39
3.2.2 Talk show Oprah Winfrey – The Oprah Winfrey Show .....	40

3.2.3 Projev Oprah Winfrey, odlišnosti s Janem Krausem.....	41
<b>4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....</b>	<b>42</b>
4.1 Výsledky dotazníkového šetření.....	42
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>50</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>51</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>55</b>



# ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá především srovnáním talk show v ČR a USA, jejich nejznámějšími moderátory a vychází ze zkušeností z cest autorky, jež strávila několik let v zahraničí. Toto srovnání vychází jednak z odlišných kulturních zvyklostí, odlišných životních postojů, ale i názorů. Ty vycházejí z postojů na politickém poli, v němž hraje USA hlavní roli, a to především díky své velikosti a sféře vlivu na světové dění. Dalším zajímavým srovnáním jsou samotní moderátoři Oprah Winfrey a Jan Kraus, kteří jsou ve většině případů považováni za bezkonkurenční osobnosti ve svém oboru. Samotné talk show jsou velice odlišné ve sledovanosti, a to především díky velikosti trhu, sponzorům a také jazykové bariéře. Ta hraje značně v neprospěch České republiky, kdy samotnou talk show může sledovat při teoretickém počtu necelých 16 milionů diváků, a to včetně obyvatel Slovenské republiky. Zatímco sledovanost v USA se pohybuje v jiných řádech, nehledě na to, že angličtina je celosvětový jazyk, díky kterému si mohou tito diváci pustit show po celém světě. V práci nebude opomenut ani vývoj samotného moderování a talk show, jež má velmi bohatou historii.

V úvodu teoretické části se práce věnuje samotnému pojmu talk show, jeho vymezení a definicím, včetně nastudování literárních pramenů. Dále se zabývá osobou moderátora televizního pořadu s podrobnější definicí moderování, typy rozhovorů a typologiemi pokládaných otázek. Dále se autorka zaměřuje na historii talk show, a to především tu televizní, která se datuje do dvacátého století. Poslední podkapitolou teoretické části je verbální a nonverbální komunikace moderátora. V analytické části práce se autorka zaměří na srovnání zkoumaných moderátorů a jejich talk show. V ní jsou charakterizovány talk show, složení publika, reakce diváků a typologie hostů. Analytická část se zabývá především srovnáním kvality, úrovně a nedostatků obou moderátorů. Práce zároveň porovnává odlišnosti a chybovosti v moderování. V neposlední řadě se analytická část zabývá výzkumem mentality z hlediska chování a vnímání publika a jiných způsobů. Tyto aspekty jsou zkoumány na základě kvalitativního dotazníku.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 TALK SHOW

Teoretická část obsahuje kapitoly talk show a podrobněji se věnuje definici a historii talk show v České republice a ve světě. Dále se zabývá moderátorem televizního pořadu s podrobnější definicí moderování, typy rozhovorů a typologiemi pokládaných otázek. Poslední podkapitola se zabývá verbální a nonverbální komunikací moderátora. Pojem talk show vychází z anglických slov talk – mluvit, show – zábava. Jedná se o televizní pořad, v němž moderátor zpovídá své hosty, a to většinou za přítomnosti publika. Hosty jsou zpravidla známé osobnosti ze světa kultury, politiky, sportu či z jiných zajímavých oblastí a jejich oblasti mohou oslovit široké publikum.<sup>1</sup> Inspiraci talk show lze najít v řadě různých žánrů, jakými jsou například zábavné a hudební výstupy, novinové sloupky a společenské rubriky, či zábavně-vzdělávací americké hnutí Chautauqua.<sup>2</sup> Podrobněji se tomuto tématu věnují jednotlivé podkapitoly.

### 1.1 Definice talk show

Zatímco v britské a australské angličtině se používá tento termín talk show, v britské angličtině je možné se setkat s termínem chat show, v překladu televizní debata.<sup>3</sup>

Timberg od sebe odlišuje pojmy talk show a television talk show. Aby nedocházelo k interpretačním nepřesnostem, Timberg definuje television talk show jako tradičně zaměřenou na novinky a drama. Později se ovšem talk show stala nástrojem politiků pro získání vlivu. Původní pojem talk show tak ztratil svoji úlohu žurnalistiky.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> OSVALDOVÁ, B, a J. HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri, 2002. ISBN 80-7277-108-6, s. 186.

<sup>2</sup> KORDA, J. *Úvod do studia televize 2: Faktuální televize a její žánry*, 2013, s. 46

<sup>3</sup> TRPĚLKOVÁ, D. *Arts lexikon. Talk show [online]*. 5.1.2013 [cit. 2017-01-23]. Dostupné z: [http://artslexikon.cz/index.php/Talk\\_show](http://artslexikon.cz/index.php/Talk_show)

<sup>4</sup> TIMBERG, M., B. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002, s. 4

Témata těchto talk show mohou být různá, vždy jsou ale namířena na konkrétního hosta. Pod pojmem host si lze představit nejen jednotlivce, ale i skupinu osob. Těmi mohou být umělecké skupiny, sportovní týmy, majitelé firem či spolupracovníci, někdy i skupiny osob, které mají mezi sebou nějakou konkrétní spojitost.<sup>5</sup>

V takové situaci je moderátor znevýhodněn, je v menšině a musí se snažit otázky rovnoměrně rozdělit mezi hosty. Pokud je přítomen pouze jeden host, moderátor rozhovor vede a nachází se v něm v dominantní roli. Jeho hlavním cílem je pobavit diváky.

Talk show může rovněž mít formu call-in show (call-in – přivolat), kdy posluchači telefonují přímo do studia a pokládají hostům otázky.<sup>6</sup> Rozhovor je založen především na exkluzivitě hosta, nejde přitom o aktuální osvětu či poskytování nových informací.<sup>7</sup>

Nejdůležitější součástí každé talk show je osoba hostitele (moderátora), která je jeho ústřední postavou. Nezáleží, zda moderátor pracuje s tématy senzačních novinek nebo vážných politických vysílání, kvality moderátora přímo ovlivňují zábavní faktor samotné talk show.<sup>8</sup>

Podle Timberga existuje pět nepsaných pravidel většiny tradičních talk show. Lze je považovat za obecně platná, neboť další talk show na evropském kontinentu z něho vycházejí:

Moderátor je středobodem pořadu. Samotný moderátor však celý pořad nevytváří, podílí se na něm i scénáristé, dramaturgové a režisér. Lze tedy říci, že samotný moderátor je jedinou známou osobností, ač má za sebou tým desítek lidí.

Talk show se odehrává v „přítomném čase“. To jednoduše znamená, že má atmosféru živého vysílání, i když se natáčí předem. Moderátoři se snaží onu živou atmosféru navodit slovními obraty tak, aby měl divák pocit, že je opravdu součástí živého vysílání. Mezi

---

<sup>5</sup> TIMBERG, M., B. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002, s. 4

<sup>6</sup> *Arts lexikon. Talk show* [online]. [cit. 2017-01-23]. Dostupné z:

[http://artslexikon.cz/index.php/Talk\\_show](http://artslexikon.cz/index.php/Talk_show)

<sup>7</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7, s. 257

<sup>8</sup> *Types of Talk Shows* [online]. Leaf Group, ©1999-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z:

[http://www.ehow.com/about\\_7227990\\_types-talk-shows.html](http://www.ehow.com/about_7227990_types-talk-shows.html)

takové obraty může patřit například „*dnes jsme se tu sešli – vy v sále i doma u obrazovky...*“ Na živost těchto pořadů je kladen důraz, podobně jako tomu je u sportovních přenosů či zpravodajství.

Důležitá je intimita mezi moderátorem a hostem, mezi moderátorem a publikem. Je založena především na osobních tématech a neformální atmosféře. Používaný jazyk je zpravidla proložen nespisovnými výrazy, dalšími charakteristickými znaky jsou spontánní reakce moderátora, často až nekorektní humor, který by ve formální konverzaci nebyl tolerován apod.

Moderátor komunikuje s diváky pomocí jejich přímého oslovení či díky rekapitulaci z minulosti.

Slova rovná se peníze. Z ekonomického pohledu je talk show levný pořad s velkým potenciálem získat loajální publikum. Největší položkou v rozpočtu je honorář moderátora. Hosté berou pozvání jako možnost zviditelnit se. Velkým zdrojem zisků se tak stává televizní reklama.

Spontaneita. Pořad má budit dojem živého vysílání a bezprostřednosti rozhovoru moderátora s hostem. Ovšem i samotný pořad má přísná pravidla, a to především kvůli licencím, komerčním požadavkům apod. Prakticky to znamená, že scénář, výběr témat i pravděpodobná linie rozhovorů jsou předem připraveny.<sup>9</sup>

## 1.2 Televize a talk show

Televizi lze chápat jako audiovizuální médium, kde sehrává významnou roli zvuk. Sledování televize bývá doprovázeno jak dalšími činnostmi v domácnosti, tak i souběžným využíváním dalších médií. Díky tomu je kladen důraz především na zvuk, neboť diváci často televizi ani nesledují, ale pouze poslouchají. V televizi tak často dochází k opakování viděného na obrazovce ještě v rámci dialogu.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> KORDA, J. *Úvod do studia televize 2: Faktuální televize a její žánry*, 2013, s. 45-48

<sup>10</sup> KORDA, J. *Úvod do studia televize 2: Faktuální televize a její žánry*, 2013, s. 45

Takové pořady lze označit jako zvukové, tedy založené na komentářích, dialozích a rozhovorech. Mimo sitcomů či telenovel sem spadají publicistické pořady, televizní kvízy a talk show. Podle tohoto typu televizního pořadu je pojmenována celá kategorie, která jen dokládá důležitost samostatné zvukové stránky.<sup>11</sup>

Jako inspirace talk show slouží jiné mediální žánry a aktivity. Samotná talk show má v sobě schovaných několik variant žánrů, které jsou následující:

- Varieté – hudební vystoupení, často bez pevného začátku či konce a logického sledu. Tyto prvky jsou využívány v talk show jako prokládání rozhovorů s hosty.
- Společenské rubriky a novinové sloupky – odkazují na lehce bulvární charakter, na rozebírání osobního života známých osobností a společenských událostí kolem nich.
- Debatní rozhlasové magazíny – rozhovory s významnými osobnostmi z oblasti společenského života. Charakteristickými rysy jsou odlehčený jazyk, informativní charakter a osobnější vztah k hostům, který se projevoval z počátku pouze v rozhlasu, později se přenesl do televizních dokumentů a talk show.
- Chautauqua – Americké hnutí přelomu 19. a 20. století, které vystupovalo v zábavně vzdělávacích představeních na venkově. V průběhu dní se odehrávaly přednášky, rozhovory a vystoupení z řad učitelů, intelektuálů, duchovních, ale i bavičů či muzikantů. Tyto aktivity byly směřovány běžnému obyvatelstvu. Jistou analogií s dnešní podobou talk show lze najít poměrně snadno. Rovněž se snaží přiblížit rozhovory a životy z řad hostů běžným divákům. Rozhovory jsou často vedeny formou populární osvěty, při níž má moderátor možnost ptát se na mnohdy nepříjemné otázky, vždy však s cílem zaujmout a pobavit diváka.<sup>12</sup>

### 1.2.1 Historie talk show v USA

Televizní talk show jsou datovány do dvacátého století. Původně byly talk show zaměřovány na novinky a drama. V roce 1954 přišli Steven Allen a Jack Paar s pořadem

---

<sup>11</sup> *Tamtéž*

<sup>12</sup> KORDA, J. *Úvod do studia televize 2: Faktuální televize a její žánry*, 2013, s. 46-47

*The Tonight Show*, která se stala legendární a dodnes běží na americké stanici NBC (The National Broadcasting Company). Tento pořad byl původně vysílán ve státě New York a později se jeho popularita rozšířila po celé USA.<sup>13</sup>

Další výraznou postavou v dějinách talk show byl v 60. a 70. letech Johnny Carson s pořadem *The Tonight Show Starring Johnny Carson*, který silně ovlivňoval americkou populární kulturu. Moderátor Carson byl v tehdejší době oceňován především pro svou schopnost pohotově reagovat na odpovědi svých hostů a později se stal pro další z moderátorů velkým vzorem (Letterman, Leno atd.).<sup>14</sup>

Později zaznamenala rozmach bulvární forma talk show, a to *tabloids talk shows*.

Dnes je tento žánr nejvíce rozvinutý v USA a především díky široké nabídce pořadů je jedním z hlavních prvků zábavy v zemi.

### **1.2.2 Historie talk show v ČR**

Historii talk show v České republice lze sledovat až po roce 1989, kdy se začala televizní kultura přibližovat té západní, která již několik desítek let fungovala. Pro srovnání byl v amerických televizích žánr talk show zastoupen přibližně 15 – 20 % večerního vysílání, a to především v 50. letech až do počátku 70. let. Historii talk show lze dohledat v této době složitě, neboť byla vnímána především její nízkonákladová výroba v často se opakujícím sledu. Z tohoto důvodu nebyla archivována.<sup>15</sup>

Pořadů typu talk show bylo v posledních 20 letech pouze několik. Je to dáno oproti USA především menším počtem diváků, obyvatel, celebrit či známých osobností, počtem televizních kanálů apod.

Jednou z prvních a nejznámějších je talk show *Na plovárně* s Markem Ebenem. Název pořadu vznikl díky prostorám zrekonstruované pražské Občanské plovárny, kde se původně natáčely první díly. Později se natáčení přesunulo do pohodlnějších prostor,

---

<sup>13</sup> TALK SHOWS [online]. 2013 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotv/talkshows.htm>

<sup>14</sup> TIMBERG, M., B. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002, s. 6-7

<sup>15</sup> KORDA, J. *Úvod do studia televize 2: Faktuální televize a její žánry*, 2013, s. 46

název však tomuto pořadu zůstal stejný. Samotné natáčení není nijak omezené a po sestříhání má jeden díl přibližně 25 minut. Jedná se především o klidné povídání se zajímavými lidmi z celého světa. Tento pořad tedy není zaměřen pouze na české hosty.  
16

Dalším podobným pořadem byla talk show *Banánové rybičky* (vysílaná také jako *Banánové perličky* či *Banánové hvězdičky*). Moderátorka Halina Pawłowska se objevovala se svojí talk show na televizních obrazovkách v letech 1999 až 2007.<sup>17</sup>

Talk show Michala Prokopa odstartovalo nové milénium ve veřejnoprávní televizi. V pořadu vystupovali kromě moderátora také dva hosté, se kterými byl veden rozhovor zároveň. Zváni byli osobnosti z veřejného života, umělecké sféry, sportovci apod. Dvojici hostů vždy pojila více či méně tenká nit společných zájmů, zkušeností či událostí. Pořad skončil v roce 2013.<sup>18</sup>

Uvolněte se, prosím je dalším pořadem talk show, respektive late night talk show. Povídání se odehrává před diváky a talk show je založena na osobnosti moderátora. V jednom díle talk show se vystřídali zpravidla tři hosté, z nichž první dva byli veřejně známí. Třetí host byl z pravidla zajímavý a něčím výjimečný z řad veřejnosti. Od roku 2004 do roku 2010 bavil tento pořad diváky na televizních obrazovkách.<sup>19</sup>

Jan Kraus se v roce 2010 přesunul na jiný vysílací kanál s novým názvem pořadu, a to *Show Jana Krause*.<sup>20</sup> Role moderátora a podrobnější charakteristika show je uvedena v následujících kapitolách, které se věnují hlavnímu tématu této práce, a to srovnání moderátora Jana Krause s Oprah Winfrey.

---

<sup>16</sup> *Na plovárně - Česká televize: Na plovárně s Markem Ebenem* [online]. © Česká televize, 2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093836883-na-plovarne/>

<sup>17</sup> *Banánové rybičky (1999) | ČSFD.cz* [online]. POMO Media Group, ©2001-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/252586-bananove-rybicky/prehled/>

<sup>18</sup> *Krásný ztráty* [online]. POMO Media Group, ©2001-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/194468-krasny-ztraty/prehled/>

<sup>19</sup> *Uvolněte se, prosím* [online]. © Česká televize, 2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1176221164-uvolnete-se-prosim/210522161800023/?vso=oporadu>

<sup>20</sup> *Show Jana Krause* [online]. POMO Media Group, ©2001-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/282571-show-jana-krause/prehled/>

O rok později začal známý moderátor Karel Šíp uvádět televizní talk show s názvem Všechnopárty. Hosty této show jsou známé osobnosti z oblasti kultury, sportu a společenského života. Moderátor vtipně glosuje zážitky a historky hostů a přidává své vlastní zkušenosti. Sám moderátor uvádí, že díky této show se setkal s celou řadou zajímavých lidí, avšak ne se všemi se mu podařilo navázat ten správný kontakt při rozhovoru. Za vinu to však přikládá pouze sobě, neboť se označuje za toho, kdo je jakožto moderátor zodpovědný za vedení rozhovoru.<sup>21</sup>

Mr. GS je jedna z posledních nových talk show, která se na televizních obrazovkách objevila. Samotná zkratka GS v sobě skrývá první písmena příjmení známé moderátorské dvojice Richarda Genzera a Michala Suchánka. Tato show má pouze za cíl pobavit diváky. Jedná se o jedinečný pořad, s hostem totiž mluví dvojice moderátorů. Vzájemně se oba moderátoři vtipně doplňují a nijak si v rozhovorech s hosty nepřekáží.<sup>22</sup>

### 1.2.3 Podžánry talk show

Podžánry jsou určovány jednak časovým rozvrhem vysílání, dále moderátory a diváky, kteří společně utvářejí identitu dané talk show. Timberg rozlišuje tři různé druhy talk show, především na základě doby jejich vysílání:

- Late night talk show
- denní talk show za účasti diváků
- ranní magazín.<sup>23</sup>

Členit talk show lze rovněž z hlediska zaměření. Dle webu ehow.com jsou rozlišovány talk show podle zaměření:

- Talk show ve formě rozhovoru,

---

<sup>21</sup> *Všechnopárty* [online]. © Česká televize, 2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10090925908-vsechnoparty/>

<sup>22</sup> *Mr. GS* [online]. POMO Media Group, ©2001-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/239814-mr-gs/prehled/>

<sup>23</sup> TIMBERG, M. B. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002, s. 6-7



- politické talk show,
- talk show založené na životních situacích,
- komediální talk show.<sup>24</sup>

### **Talk show ve formě rozhovoru**

Při rozhovoru hostitel mluví s osobnostmi či odborníky na základě jejich výběru. Často se host objeví v interview vzhledem k nadcházejícímu chystanému projektu či filmu, zatímco akademičtí pracovníci se objevují v rozhovorech v momentě, kdy jejich předmět odborných znalostí přichází do médií v souvislosti s událostmi vysílaných zpráv.<sup>25</sup>

### **Politické talk show**

Tento typ talk show slouží především k tomu, aby politici a odborníci diskutovali o politickém dění v zemi. Politická show se stává o to sledovanější v momentě prezidentských voleb a dalších významných událostí na poli politiky. Obecně jsou tyto talk show vysílány v neděli ráno a odpoledne.<sup>26</sup>

### **Talk show založené na životních situacích**

V těchto talk show se objevují hosté, aby diskutovali o problémech, které se dějí v jejich životech. V mnoha případech tyto rozhovory ukazují současnou senzací složitých vztahů a intrik. Mnoho těchto talk show zahrnuje během vysílání hlasité výbuchy rozrušených hostů, kteří se stávají ještě více rozrušenými, když jsou konfrontováni s přáteli nebo blízkými, kteří jim nějakým způsobem ukřivdili.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> *Types of Talk Shows* [online]. Leaf Group, ©1999-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: [http://www.ehow.com/about\\_7227990\\_types-talk-shows.html](http://www.ehow.com/about_7227990_types-talk-shows.html)

<sup>25</sup> *Tamtéž*

<sup>26</sup> *Tamtéž*

<sup>27</sup> *Types of Talk Shows* [online]. Leaf Group, ©1999-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: [http://www.ehow.com/about\\_7227990\\_types-talk-shows.html](http://www.ehow.com/about_7227990_types-talk-shows.html)

### **Komediální talk show**

Tento typ talk show získával na popularitě v uplynulých letech. Hostitel poskytuje v těchto komických talk show mediální komentář k aktuálnímu dění, ke skandálům celebrit a dalším významným tématům k diskusi. Show je zaměřená především zábavně a poučně, v níž má humor přednost před obsahem zpráv.<sup>28</sup>

### **The early-morning news talk magazine show**

Tato show bývá vysílána v ranním či dopoledním vysílacím čase. Jeho hlavní funkcí je informovat diváky o novinkách a zajistit jejich zábavu. Náplní programu jsou informace o počasí, o dopravě, aktuální zpravodajství či rozhovor s hosty ve studiu. Pořad tohoto typu slouží především jako zvuková kulisa u snídaně těm divákům, kteří se chystají ráno do práce. V České republice do této kategorie spadá *Snídaně s Novou*. Ta nabízí i své motto: „*Snídaně s Novou váš úspěšný start do nového dne! Pořad si nenechte ujít každé všední ráno v 5:55. Neuniknou vám nejnovější informace a zajímavé rozhovory.*“<sup>29</sup> V USA patří do této kategorie *The Today Show*.<sup>30</sup>

### **The daytime audience-participation show**

Dalším subžánrem je The daytime audience-participation show, který na americkém kontinentu proslavila nejznámější protagonistka formátu Oprah Winfrey její *The Oprah Winfrey Show*.<sup>31</sup>

Pořad byl vysílán v letech 1986 až 2011. Oprah Winfrey se snažila využít televizi tak, aby změnila lidem životy a umožnila jim ukázat svět v jiném světle. Se známými hosty rozebírá především ženská témata, celebrity, vztahy, sociální problémy, globální vyhlídky, ale i současné dění. Díky své empatii a citlivému jednání si získala diváky a pomohla svým hostům se otevřít světu tak, jak by to za normálních okolností před

---

<sup>28</sup> *Types of Talk Shows* [online]. Leaf Group, ©1999-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: [http://www.ehow.com/about\\_7227990\\_types-talk-shows.html](http://www.ehow.com/about_7227990_types-talk-shows.html)

<sup>29</sup> *Sledujte pořad Snídaně s Novou* [online]. © CET 21 SPOL. S R.O., 2012 [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://novaplus.nova.cz/porad/snidane-s-novou/>

<sup>30</sup> TIMBERG, M., B.. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002, s. 2

<sup>31</sup> *TALK SHOWS* [online]. 2013 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotv/talkshows.htm>

televizními obrazovkami neudělali. Její talk show bývá někdy připodobňováno ke skupinové terapii.<sup>32</sup>

Dalším významným moderátorem v této oblasti je Phil Donahue se svým pořadem *The Phil Donahue Show*.<sup>33</sup>

Phil Donahue a Oprah Winfrey bývají zařazováni i do kategorie tzv. tabloid talk shows. Název tohoto typu show lze přeložit jako „bulvární“. Hrají v něm velkou roli emoce a je velmi sociálně založen. Témata často bývají senzační, ale i kontroverzní. Nejznámější typ této show je Jerry Springer show. Dalšími známými moderátory tohoto typu show jsou Jenny Jones a Ricky Lake.<sup>34</sup>

Role moderátora a podrobnější charakteristika show je uvedena v následujících kapitolách, které se věnují hlavnímu tématu této práce, a to srovnání moderátora Jana Krause s Oprah Winfrey.

### **Late night shows**

Tento žánr je v USA nejpopulárnější. Pořad je vysílán v pozdních večerních hodinách (Late night – pozdní noc) a je zaměřen zejména na film, hudbu nebo zábavu. Pozice moderátora je zde typická pozice za stolem, od kterého zpovídá své hosty. Ti jsou zpravidla usazeni na velkém gauči. Formát pořadu obsahuje prvky talk show a částečně i stand up comedy, díky úvodnímu proslovu moderátora. Častý je i hudební doprovod či taneční vystoupení. Ve studiu je přítomna doprovodná kapela či vystupují umělci z řad zpěváků nebo tanečníků.<sup>35</sup>

Jedním z nejznámějších moderátorů této show je Davit Letterman a jeho pořad *Late show*, dříve znám pod názvem *Late night*. Diváci v tomto pořadu oceňují především ironický humor samotného moderátora. Letterman se sám inspiroval v dřívějších talk show

---

<sup>32</sup> *O pořadu | Oprah show* [online]. © FTV Prima, spol. s r.o., 2017 [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://love.iprima.cz/porady/oprah-show/o-poradu>

<sup>33</sup> *Phil Donahue Biography* [online]. A&E Television Networks, 2017 [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://www.biography.com/people/phil-donahue-9542194>

<sup>34</sup> TIMBERG, M., B. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002, s. 2.

<sup>35</sup> TIMBERG, M., B. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002, s. 6-7

moderátorů Ernie Kovacse a Steva Allena.<sup>36</sup> Dalším příkladem tohoto typu pořadu je Jay Leno a jeho *The Tonight Show*.<sup>37</sup>

*Late Night with Conan O'Brien* (později přejmenována na *The Tonight show*) je dalším příkladem talk show tohoto typu. Moderátor Conan O'Brien působí v této roli již od roku 1993. Později byl tento pořad přejmenován podle jeho moderátora, jednoduše *Conan*.<sup>38</sup> Tímto typem pořadu se inspiroval i Jan Kraus, který z něho převzal celou řadu prvků do své talk show.

---

<sup>36</sup> Tamtéž

<sup>37</sup> *TALK SHOWS* [online]. 2013 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotv/talkshows.htm>

<sup>38</sup> *Conan* | *Watch TV Online* | *Live and On Demand* | *CTV* [online]. Bell Media Television, 2017 [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://www.ctv.ca/Conan>

## 2 MÉDIA JAKO NÁSTROJ KOMUNIKACE

V této podkapitole je definován pojem média, dále je charakterizováno televizní vysílání a tvorba zábavných pořadů.

### 2.1 Definice pojmu média

Média jsou prostředkem zábavy, nositeli důležitých informací a nedílnou součástí našeho světa. S jejich pomocí lze prezentovat a interpretovat svět a dění kolem nás. Média pomáhají utvářet dnešní moderní digitální svět. Jsou ale zároveň také významným zdrojem moci, který je třeba si uvědomit. Média mají tzv. aktivní „předkládací“ funkci. Jak bude toto sdělení přijato, závisí rovněž na příjemci.<sup>39</sup>

Samotná pestrost a četnost sdělení prostřednictvím médií, která se na příjemce valí ze všech stran a která zahrnují různé formy komunikace a náhledy na svět, může vést až k tzv. „symbolickému přetížení“. Tento jev je charakterizován tak, že člověk nezvládá promyslet a vzít za své, což se dle Thompsona projevuje tak, že si vybírá a jen malý kousek, jež přijme do svého života.<sup>40</sup>

Thompson dále zdůrazňuje přesvědčení, že lidé nejsou zcela ztraceni v záplavě informací z médií a nejsou tak odsouzeni k pasivnímu přijímání. Naopak se lidé musí naučit vyrovnávat s množstvím mediálních sdělení, filtrovat a třídit informace, které jsou důležité pro život.

Thompson vymezuje těchto základních pět aspektů mediální komunikace:

- Neoddělitelnost vývoje mediální komunikace a mediálního průmyslu – Důležitá spojitost organizací, které se zabývají využitím moderních technických prostředků pro produkci.

---

<sup>39</sup> THOMPSON, J., B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6, s. 17

<sup>40</sup> Tamtéž

- Komodifikace symbolických sdělení – Komodifikací je myšleno zhodnocování. A to jak symbolické (hodnota morální či osobní), tak ekonomické (směřování na trh). Toto zhodnocování se liší v tom, o jaké médium se jedná.
- Strukturovaný předěl produkce a příjmu symbolických sdělení – Oddělení kontextu produkce od kontextu příjmu a jednosměrný informační tok sdělení.
- Rozšířená dostupnost sdělení v prostoru a čase – Ti, kteří produkují, jsou zpravidla vzdálení v prostoru i čase od těch, kteří přijímají sdělení.
- Dostupnost mediálního průmyslu pro příjemce – Mediální komunikace je označována za zcela specifickou situaci, při níž dochází k předkládání informací k příjemcům. Průběh této interakce se zcela odlišuje od většiny interakcí probíhajících v životě. Tento typ interakce dnes patří do každodenního života a bez něj si lze život jen těžko představit.<sup>41</sup>

## 2.2 Charakteristika televizního vysílání

Média jsou významnou součástí společenského života. Jsou hlavními nositeli informací a představují hlavní zdroj zábavy. Média jsou součástí reality, kterou formují a přetváří zároveň. Jejich vliv je předmětem diskuse mediálních teoretiků, nicméně je třeba jim věnovat pozornost. Mezi nejvlivnější a nejoblíbenější patří právě televize.

Televize se dle Denise McQuaila stala globální institucí a zároveň vytlačila ostatní mediální instituce z hlediska oblíbenosti, rozšířenosti a společenské prestiže.<sup>42</sup> Společně s dnešním rozvojem sociálních sítí a internetu lze toto tvrzení již dávno považovat za překonané, byť jistou analogii v něm jistě najít lze.

Televize byla po svém uvedení na trh prezentována jako druh zábavy podporující rodinný život a možnost zábavy přímo z pohodlí domova. Televize se brzy začlenila mezi rodinné aktivity a současně je svým způsobem i proměnila. Velká část televizního programu ve

---

<sup>41</sup> THOMPSON, J., B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6, s. 26

<sup>42</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9, s. 38

svých začátků byla věnována spotřebě nejrůznějších produktů, a to včetně televizního obsahu. Tím došlo k vyrovnání počátečního odporu k tomuto druhu zábavy. V USA navíc pomohla upevnit roli této země, která je zaměřena především na spotřebu.<sup>43</sup>

Televizi tak lze označit za nejvýznamnější sociální činitel, protože je zdarma, dostupná všem, sledovat televizi lze z pohodlí domova a nevyžaduje žádnou zvláštní schopnost.<sup>44</sup>

Televize má své přednosti i svá omezení. Výhodou je možnost sledování přímého přenosu, tedy událostí v čase, v němž se dějí.<sup>45</sup>

Dalšími možnostmi televize je využívání široké škály symbolických prvků, a to jak audio, tak vizuálních. Oproti této autentičnosti chybí ale některé podstatné prvky, oproti interakci tváří v tvář (například dotyk či pach).<sup>46</sup>

Důležitým prvkem televizní zábavy jsou právě televizní osobnosti. Jsou to lidé, které je možno vidět na televizních obrazovkách, o nichž lze mluvit jako o slavných či populárních. Z hlediska interakce, kterou je možno vidět na televizních obrazovkách, rozlišuje Thompson tyto základní tři typy:

- interakce tváří v tvář – situace z běžného života
- zprostředkovaná interakce – telefonický hovor, psaní dopisu apod., při němž je omezené množství symbolických prvků a hovor je zaměřen na konkrétního jednotlivce
- zprostředkovaná kvaziinterakce – tato interakce je typická pro sociální vztahy, které jsou vytvářeny médii masové komunikace.<sup>47</sup>

---

<sup>43</sup> CROTEAU, D. a W. HOYNES. *Media society: industries, images, and audiences*. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 2003. ISBN 0761987738, s. 187.

<sup>44</sup> RENZETTI, C., M. a D., J. CURRAN. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2, s. 186.

<sup>45</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9, s. 38

<sup>46</sup> THOMPSON, J., B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6, s. 76 – 77.

<sup>47</sup> THOMPSON, J., B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6, s. 73

## 2.3 Tvorba zábavných pořadů

Do této kategorie zábavných pořadů lze zařadit soutěžní pořady, reality show, talk show, galavečery či estrády. Televizní zábava je velice specifická, stejně jako je netypická scenáristika v této oblasti. Jedná se především o konzumní a rychloobrátkové zboží. Samotným psaním scénářů pro tento typ zábavy je z tohoto důvodu opovrhováno. V USA jsou takové pořady děleny na dva typy, podle toho, ke kterým se scénář píše („scripted“) a ke kterým nikoliv („unscripted“). Takto označovány jsou takové scénáře, jež slouží jako podklady k natáčení.<sup>48</sup>

V českém prostředí se pro zábavné pořady píše scénáře, a to velice podrobné, se všemi výstupy moderátorů či dialogů. Scénář si píše moderátor sám či scenárista, který má za úkol vymyslet, jak bude pořad moderován a co se bude dít. Třetím způsobem je koordinace scenáristy a moderátora. Moderátor obdrží od scenáristy scénář a sám se ho snaží upravit a vylepšit svými postřehy a vtípky. Tato spolupráce se jeví jako nejlepší, neboť dojde ke zkvalitnění chystaného obsahu ještě před jeho odvysíláním. Jiní moderátoři ovšem čekají na scenáristu a hotový scénář „odříkají“. Bohužel tímto přístupem trpí kvalita scénáře, a to zejména v situaci, kdy moderátor zapomene či vynechá kus textu.<sup>49</sup>

U televizní zábavy zpravidla píše scénář jednotlivec či dvojice. Nebývá zvykem, jako u běžné dramatické tvorby, že by autoři pracovali jako tým.<sup>50</sup>

### 2.3.1 Moderátor televizního pořadu

Tato podkapitola přibližuje podrobněji úlohu moderátora v televizním pořadu. V první části obsahuje pojetí a definici moderování, druhá část se zabývá typy rozhovorů a pokládanými otázkami. Třetí část se zaměřuje na projevy moderátora, a to verbální a nonverbální komunikací.

---

<sup>48</sup> DOČEKALOVÁ, M. *Tvůrčí psaní pro každého*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3017-2, s. 131.

<sup>49</sup> *Tamtéž*

<sup>50</sup> DOČEKALOVÁ, M. *Tvůrčí psaní pro každého*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3017-2, s. 132.



### 2.3.2 Pojetí a definice moderování

Slovo moderátor je odvozeno od latinského „moderator“, což znamená vládce, správce, krotitel či usměřovatel. Definici moderátora nabízí encyklopedie praktické žurnalistiky, podle níž je moderátor průvodce pořadu. Jde o tvůrčí osobnost, která má schopnost improvizace podpořenou širokým společenským rozhledem.<sup>51</sup>

Za moderátora bývá označován ten, kdo vede rozhovor s více osobami či kdo uvádí zpravodajský pořad. V případě talk show se spíše používá pojem hostitel, který zve do svého pořadu hosty.

Moderátora lze označit za prostředníka mezi pořadem a publikem. Tato role prostředníka pomáhá divákům udržet si dojem nezávislého pozorovatele.

Zábavné pořady jsou většinou spojeny s omezenou množinou moderátorů, lze díky silné vazbě na pořad označit moderátory za tváře pořadů. Pro diváka je to možnost, jak si na danou osobu přivyknout a vybudovat si k ní bližší vztah.<sup>52</sup>

Popularitou televizní moderátoři dosahují v očích diváků statusu celebrit. Jedná se tedy o spojení věhlasu a společenského uznání. Popularita moderátorů vzniká často proto, že se pravidelně objevují v televizi či v rozhlasovém vysílání. Pokud se však přestanou na televizních obrazovkách objevovat, jsou velmi rychle zapomenuti, protože v případě moderátorů je jejich status celebrit vybudován více na četnosti výskytu na obrazovce než na společenském uznání. U profesí v oblasti médií dochází k velké fragmentaci, a tak osoby pracující v této branži důsledně trvají na jejich odlišování.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> OSVALDOVÁ, B. a J. HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7, s. 33.

<sup>52</sup> HOLLAND, P. 1996. *When a woman reads the news.*, In: *Turning it On-areader in women and media*, Helen Baehr, Ann Gray (ed.). New York, London: Arnold, Martin's Press, 1996. ISBN 0340632208, s. 117.

<sup>53</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4, s. 77-78.

Moderátoři zastávají místo na hranici mezi publikem a televizním pořadem. Nepatří tedy ani jedné straně, nabízejí se ale jako prvek identifikace, pomocí něhož mohou být informace pochopeny. Diváci jsou udržováni v pozici pozorovatelů, kteří mají odstup od toho, co se ve skutečnosti děje. Identifikace může přesahovat i do jiných oblastí než pouze informování a interpretace zpráv. Příkladem mohou být představy o ideálu krásy, společenské přijatelnosti, ženskosti a mužnosti atd.<sup>54</sup>

Moderátoři by měli být energičtí a sebevědomí, aby zaujali divákovu pozornost od začátku pořadu. Jejich úkolem je zajišťovat logickou, plynulou a přirozenou návaznost předávaných informací. Moderátor svými vsuvkami vytváří určitou show, do níž zahrnuje sebe i diváky a situuje se do role průvodce. Důležitá je rovněž profesionalita a důvěryhodnost moderátora, která je vytvářena nejen vystupováním, vzhledem, dikcí či dobrým přehledem. Ovšem tato důvěra může být pouze odrazem v „matném skle“, které tito lidé vkládají mezi sebe a diváky.<sup>55</sup>

Snahou komerčních stanic bývá všeobecně fakt, aby více záleželo divákovi na tom, kdo program uvádí, než na tom, co je jeho obsahem. U televizních moderátorů se tato úroveň vyšplhala do neuvěřitelných rozměrů. Tito lidé denně vystupují na televizních obrazovkách před masami lidí. Diváci je tak pouštějí do svého soukromí a tito moderátoři se stávají součástí jejich života.<sup>56</sup>

Tvář a hlas jsou polovičním společenským stykem. Moderátoři představují v očích diváků bezpečnostní pojistku, že jsou to oni, kdo mohou měnit svět. Svou sebejistotou, elegancí a informovaností vsugerují divákům pocit, že i kdyby bylo nejhůř, tak oni jsou tady a poradí, co dělat dál.<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> HOLLAND, P. 1996. *When a woman reads the news.*, In: *Turning it On-areader in women and media*, Helen Baehr, Ann Gray (ed.). New York, London: Arnold, Martin's Press, 1996. ISBN 0340632208, s. 117.

<sup>55</sup> VÁGNER, I. *Televizní zprávy - psychický nátlak?*. Praha: Argo, 1997. ISBN 80-7203-180-0, s. 106-108.

<sup>56</sup> *Tamtéž*

<sup>57</sup> *Tamtéž*

### 2.3.3 Typy rozhovorů a typologie pokládaných otázek

Příprava předem připravených rozhovoru se vyznačuje jistou asymetričností, která je patrná v rozdělení rolí na tázajícího a dotazovaného. Moderátor v roli tázajícího pokládá otázky hostovi, tedy dotazovanému, na které host odpovídá. Dle povahy pořadu a domluvy hosta s tvůrci jsou otázky předem známe či neznámé. V případě mediálního rozhovoru je možnost seznámení se předem s pokládanými otázkami, stejně tak jako odmítnutí odpovědi. Specifické podmínky asymetrického rozhovoru představují pořady typu talk show. Při nich není striktně oddělené kladení otázek a odpovědí, ani hierarchie nadřazenosti moderátora nad hostem.<sup>58</sup>

Postup přípravy rozhovoru je možné členit na tři části. V té první je vybrán host, s nímž bude veden rozhovor. Druhou částí je shromažďování informací o daném hostovi a o tématu, na který má být rozhovor veden. Pokud je daný host silně specializovaný v konkrétní oblasti, získává moderátor alespoň základní přehled o problematice, aby mohl smysluplně vést rozhovor. Pokud je cílem rozhovoru pobavení diváků a nikoli získání odborných informací, lze získat nad hostem převahu. Poslední část přípravy rozhovoru je zvolení vhodných otázek a jejich pořadí.<sup>59</sup>

Pro sestavení pořadí otázek neexistuje jednoznačná klasifikace. Především na základě nestejných motivů zkoumání otázek vznikají různé druhy členění. Otázky lze rozčlenit na:

- Otázky ano/ne,
- faktické otázky informačního charakteru (kdy, kde, kdo, co, ...),
- otázky s publicistickým charakterem – tzv. explikační (proč),
- teoretické/komutativní otázky,
- otevřené otázky – nejednoznačné,
- uzavřené otázky – jednoznačné.

---

<sup>58</sup> MACHÁČKOVÁ, E. 1981. *Rozhovor s významnými osobnostmi*. In: Naše řeč, 1981, roč. 64, s. 23-33.

<sup>59</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6, s. 138-139.

V souvislosti s přípravou rozhovoru lze otázky členit dále do 15 kategorií: primární (hlavní), rozvíjející, otevřené, uzavřené, přímé, nepřímé, věcné, osobní, neutrální, tendenční či řídicí, otázky řešící problém, otázky zavádějící a nevhodné, nápovědné a podněcující, parafrázující a hypotetické.<sup>60</sup>

#### 2.3.4 Nonverbální komunikace moderátora

Neverbální komunikace spolu s dalšími faktory formuje prezentování moderátora v médiích. Jedná se o sdělování beze slov. Bývá označován také jako mimoslovní či nonverbální komunikace.

Hlavní charakteristikou nonverbální komunikace je jejich podvědomý charakter a nemusí být řízená zcela vědomě. Neverbální komunikace je doplněk ke komunikaci verbální, případně jako její dokreslení. Na základě této komunikace mohou být vytvořeny úsudky o rozpoložení člověka, protože nonverbální komunikace je částečně tvořena i podvědomím.<sup>61</sup>

Jedním z nejdůležitějších projevů neverbální komunikace je mimika. Projevy lidské mimiky jsou překvapení, strach, znechucení, zlost či rozčilení, radost či štěstí a smutek.<sup>62</sup>

Prostřednictvím mimiky si může divák u televizní obrazovky dokreslit představu o rozpoložení daného moderátora. Projev emocí prostřednictvím mimiky však může být zkreslován kulturními či sociálními pravidly.

Dalším projevem neverbální komunikace je pohled a oční kontakt. Ten slouží jednak k vyjádření vztahu mezi osobami, a také k udržení pozornosti. Gestikulace a gesta dokreslují verbální komunikaci, ale v některých případech ji dokonce zcela nahrazují. Může se jednat o souhlasné kývnutí hlavou nebo mávnutí rukou na rozloučenou.

Mimo očního kontaktu či gest je dalším projevem neverbální komunikace poloha těla. Předmětem zkoumání však není poloha jednotlivých částí těla, ale celkový výraz, který

---

<sup>60</sup> MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6, s. 139-140.

<sup>61</sup> LEWIS, D. 1993. *Tajná řeč těla*. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-49-8, s. 66.

<sup>62</sup> *Emotion, Mimik & die Evolution: Die Wurzeln der Gefühle: Die Wurzeln der Gefühle* [online]. [cit. 2017-05-11]. Dostupné z: <https://www.dasgehirn.info/denken/emotion/die-wurzeln-der-gefuehle/>

lidské tělo vysílá do svého okolí, a to prostřednictvím tří základních poloh: stoj, sed, leh. Jednotlivé části těla zaujímají určité postavení vzhledem k základní poloze a vysílají informace svému okolí. Příkladem může být přátelský postoj v případě hovoru, tedy mírným nakloněním těla dopředu, úsměvem, očním kontaktem a nenuceným postojem. Naopak v případě sezení je uzavřený postoj definován zkříženými končetinami.<sup>63</sup>

Celkový dojem moderátora dokresluje celkový vzhled a oblečení. První dojem z dosud nepoznané osoby silně ovlivňuje další chování vůči ní. Utvářen je především na základě celkového vzhledu, proto nemusí jejich vzhled na televizních obrazovkách korespondovat se vzhledem v osobním životě.

Mimoslovní komunikaci lze rovněž členit podle toho, které části těla se týká:

- Kinetika – sledování pohybů celého těla,
- gestika – zaměřena na pohyby a postavení prstů, paží, nohou a hlavy,
- mimika – zaměřena na pohyb svalů v obličeji,
- vizika – zaměřena na pohyb očí, víček, obočí a očního kontaktu
- haptika – zaměřena na význam doteků,
- proxemika – zaměřena na význam vzdáleností,
- posturologie – zaměřena na postoje a pozici celého těla.<sup>64</sup>

Neverbální komunikace je podmíněna řadou individuálních faktorů, mezi které lze zařadit například věk, temperament, pohlaví, výchovu, sociální třídu, úroveň socializace apod.<sup>65</sup>

## 2.4 Mediální dialog

Mediální dialog je pro účely praktické práce velice důležitý. Jedná se o hlavní komunikační prvek, kterým je utvářen celkový ráz talk show. Sledování moderátora v konfrontaci s hosty generuje velké množství aspektů ke zkoumání. Mezi takové aspekty patří například spisovná řeč, slovní zásoba, uplatňování či porušení zdvořilosti, užívání

---

<sup>63</sup> LEWIS, D. 1993. *Tajná řeč těla*. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-49-8, s. 142.

<sup>64</sup> VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2614-4, s. 56.

<sup>65</sup> VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2614-4, s. 55 - 56.

specifických výrazových prostředků apod. Pro podrobné zkoumání je nejprve nutné přesně určit a definovat, v jakém prostředí dochází k využívání nejen výše zmíněných aspektů.

#### 2.4.1 Definice pojmu mediální dialog

Pojem dialog je odvozen o řeckého slova dialogos, tedy rozmluva. V původním slova smyslu znamená rozhovor dvou osob nebo postav, výměnu názorů či kontakt.<sup>66</sup> Jedná se o jednu z hlavních komunikačních forem k dorozumívání mezi lidmi. Základním znakem dialogu je kromě minimálně dvou účastníků také střídání jejich rolí. Každý z nich postupně přechází z role mluvčího do role posluchače a naopak. Mluvčí v daném okamžiku má komunikační roli, jeho dialogový partner má roli přijímací. Tyto pozice si pak v průběhu dialogu vyměňují. Je-li účastníkem dialogu větší počet osob, celý systém se stává složitějším.<sup>67</sup>

Nejznámější formou mediálního dialogu je interview, z anglického jazyka překládáno jako schůzka či rozhovor. Jedná se o cílenou výměnu otázek a odpovědí. Jednotliví aktéři takového rozhovoru mají jasně určené role, a to tazatele (moderátora) a respondenta (hosta). V celém dialogu tak vystupují pouze oni dva. Tento žánr je využíván ve zpravodajství či publicistice. Televizní interview může být vysíláno živě či může být předtočené a sestříhané. Spojením obrazové a zvukové složky musí být zachován chronologický průběh.<sup>68</sup>

Mimo interview může být dalším mediálním dialogem například diskuse, beseda, debata nebo polemika z oblasti kultury, politiky, sportu, společenského života apod. Moderátor má však zpravidla k dispozici dva a více hostů, v některých případech bývá početně posílena i role moderátora.

---

<sup>66</sup> OSVALDOVÁ, B. a J. HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7, s. 50.

<sup>67</sup> MÜLLEROVÁ, O. a J. HOFFMANNOVÁ. *Dialog v češtině*. München: Otto Sagner, 1999, 259 s. *Specimina philologiae Slavicae*, Bd. 120. ISBN 38-769-0703-9, s. 13.

<sup>68</sup> OSVALDOVÁ, B. a J. HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7, s. 93.

Mediální dialog je ve své mluvené podobě velice přímý a okamžitý. Komunikační partneři jsou na sebe schopni reagovat rychle, spontánně a jejich komunikace je spojena totožnou situací.<sup>69</sup>

#### 2.4.2 Aspekty pojmu mediální dialog

Mediální dialog je v některých typech pořadů založen na konfliktu. Toto tvrzení ale odporuje původnímu předpokladu, že dialog je veden na základě spolupráce dvou komunikačních partnerů. Komunikace mezi dialogovými partnery probíhá na základě tzv. kooperačního principu. Jedná se o obecné pravidlo pro vedení dialogu a zvolení vhodné formy a obsahu pro sdělování skutečností. Griceův princip (dle amerického filosofa H. P. Grice) je vysvětlován jako spolupráce s komunikačními partnery a formulaci replik tak, jak si to žádá konkrétní situace. Tento kooperační princip byl pak ještě jeho autorem doplněn o tzv. konverzační maximy:

- maxima kvantity – poskytnutí pouze tolik informací svému komunikačnímu partnerovi, kolik je v tu chvíli potřeba.
- maxima kvality – vynechání věcí v komunikaci, které nejsou ničím podložené.
- maxima relevance – povinné mluvení o konkrétních tématech a příliš od nich neodbíhat
- maxima způsobu – poskytnutí jasného, jednoznačného a srozumitelného vyjádření.<sup>70</sup>

Tato pravidla později rozšířil britský lingvista Geoffrey Leech o tzv. princip zdvořilosti. Ten je v komunikaci stejně důležitý jako kooperační princip, navíc se tyto dva principy vzájemně prolínají. Jedná se o tyto principy:

- maxima taktu – snaha o maximální prospěch a minimální ztráta partnera komunikace
- maxima velkorysosti – snaha o maximální ztráty a minimální prospěch sebe sama
- maxima uznání – omezení kritiky partnera na minimum, projev co největšího uznání a ocenění

---

<sup>69</sup> MÜLLEROVÁ, O. a J. HOFFMANNOVÁ. *Dialog v češtině*. München: Otto Sagner, 1999, 259 s. Specimina philologiae Slavicae, Bd. 120. ISBN 38-769-0703-9, s. 16.

<sup>70</sup> MÜLLEROVÁ, O. a J. HOFFMANNOVÁ. *Kapitoly o dialogu*. 1. vyd. Praha: Pansofia, 1994, 94 s. ISBN 80-858-0429, s. 37

- maxima skromnosti – posílení kritiky sebe sama v rozhovoru a minimalizace ocenění a pozitivního hodnocení sebe sama
- maxima shody – omezení neshod na minimum a maximální snaha rozvoje shody mezi sebou samým a partnerem
- maxima sympatie – potlačení apatie a snaha o maximální rozvoj sympatií mezi sebou a partnery.<sup>71</sup>

Z výše uvedeného vyplývá, že pokud se k sobě komunikující chovají nezdvořile, komunikace přestává fungovat a vzájemná kooperace se stává nemožnou.

Ani jeden s uvedených principů nemá univerzální platnost. Každá kultura se odlišuje svými zvyklostmi, chápání principů zdvořilosti se tedy může odlišovat. Tyto výše zmíněné principy lze chápat spíše jako ideální stav a model komunikace dialogu, kterým by se jeho účastníci měli řídit.

#### **2.4.3 Publikum a sociální status hosta**

Mediální dialog je založen na komunikaci dvou osob, mluvčího a posluchače, kteří se pravidelně střídají ve svých rolích. V případě interview a médií toto pravidlo neplatí, ať už jde o rozhlas nebo televizi, vždy je celá komunikace směřována k divákovi. Mediální dialog přestává být dialogem přirozeným, to znamená tváří v tvář, a spíše se stává dialogem pro třetí osoby, posluchače či diváky u televizních obrazovek.<sup>72</sup> Samotní hosté mají různý sociální status. Tento pojem je vysvětlován jako pozice či postavení daného člověka ve společnosti. Aspektů, které tento společenský status utváří, je celá řada (věk, národnost, vzhled, vzdělání, zaměstnání, popularita, apod.). Pro vedení rozhovoru může právě sociální status být důležitým prvkem, který ovlivňuje především moderátora, a tak se může podoba celého rozhovoru podstatně změnit.

<sup>71</sup> MÜLLEROVÁ, O. aj. HOFFMANNOVÁ. *Dialog v češtině*. München: Otto Sagner, 1999, 259 s. Specimina philologiae Slavicae, Bd. 120. ISBN 38-769-0703-9, s. 146.

<sup>72</sup> ČMEJRKOVÁ, S. a J. HOFFMANNOVÁ. *Jazyk, média, politika*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2003, 258 s. ISBN 80-200-1034-3, s. 85



## 3 ANALYTICKÁ ČÁST

V kapitole č. 3, analytické části, si představíme jednotlivé moderátory a jejich talk show. Budeme se zabývat vlivem jejich show na diváky, rozdíly, týkající se mentality publika a jejich působením.

### 3.1 Představení Jana Krause

Vysloví-li se v České republice jméno Jan Kraus, většina lidí si vybaví poněkud sarkastického moderátora menšího vzrůstu, který se za každou cenu snaží ve své večerní show získat co nejpikantnější informace ze svých hostů. Tyto informace získává poněkud kuriózním způsobem, nebojí se zesměšňování a nemá v podstatě kapku studu. Zmíní-li se jeho pořady, v minulosti se jednalo o show Uvolněte se, prosím, nyní o Show Jana Krause. Jan Kraus ale není pouze moderátor. Je to především český herec, dále publicista, dramatik, podnikatel a režisér. Vystudoval gymnázium s maturitou, absolvoval kurz daňového poradenství a účetnictví, kterému se chtěl v budoucnu věnovat. Jeho cesta ale nakonec vedla k umělecké kariéře. Co se týče filmové kariéry, té se věnoval především před sametovou revolucí. Většina filmů, ve kterých můžeme Jana Krause spatřit, jsou právě z této doby. Po sametové revoluci se začal věnovat především zmiňovanému moderování a povolání baviče. Divadlo mu ale i přesto bylo velmi blízké. Jedním z důvodů, proč dal přednost této profesi, je finanční ohodnocení. Dále se mu nezamlouvalo, že mu natáčení zabere mnoho času a nedostane okamžitou zpětnou vazbu, kterou si tak moc užívá. Kromě moderování a hraní se věnoval i rozhlasovému vysílání. Ve všech svých pořadech je považován za poněkud nelítostného a ostrého baviče, který svou ironií a sarkasmem dostává své hosty i publikum do velmi nepříjemných situací. Někteří lidé ho obdivují, jiní odsuzují. Jeho častokrát škodolibý, ironický a zlý humor diváky odpuzuje, a proto se často setkává s obrovskou kritikou. Nejednou se stalo, že by nějaký z potencionálních hostů účast odmítl, zejména ze strachu a možného zesměšnění. Sám Jan Kraus ale tyto výtky odmítá a nesouhlasí s nimi.

*„Ten strach, který ze mě lidé mají, mají vlastně sami ze sebe. Já jsem jenom prostředník. Já si myslím, že jsem nikdy nikoho v těch svých pořadech nezničil tím, co jsem mu řekl já. Ti lidé se vždycky zničili tím, co řekli oni sami.“<sup>73</sup>*

### **3.1.1 Struktura pořadu**

Známa talk show- Show Jana Krause, jak již bylo zmíněno výše, navazuje na neméně známý pořad Uvolněte se, prosím, který byl vysílán na veřejnoprávní televizi ČT. Bohužel ale došlo k neshodám, týkajících se výběru hostů show, a proto byl pořad na České televizi ukončen a převeden na televizní stanici FTV Prima. Pořad byl zároveň přejmenován a novým názvem show se stal Show Jana Krause. Obě show lze klasifikovat jako late-night talk show. Častokrát se lze setkat se srovnáváním s americkou show Davida Lettermana – Show Davida Lettermana, která je vysílána americkou televizní stanicí CBS. Jan Kraus ve své Show Jana Krause přebírá vystupování svých amerických vzorů. Právě jako zmíněný David Letterman je pan Kraus usazen za velkým stolem, jeho hosté usedají po jeho pravici a rozhovory mohou začít. V pozadí scény diváci spatří obraz noční Prahy a na scéně je také spatřena kapela, doplňující prostředí a pomáhající doladit celou atmosféru pořadu. Kapela je umístěna mimo záběr hlavní kamery. Televizní diváci tedy nevidí celý průběh vystoupení kapely, které mohou spatřit diváci přímo ve studiu. Celá show začíná příchodem moderátora, který pronese pokaždé odlišný úvod, týkající se současné problematiky v ČR v nejrůznějších oblastech. Tento úvod je vždy proveden ve stylu Jana Krause, tedy glosováním a zesměšňováním. Jakmile se Jan Kraus usadí za svůj masivní stůl, zesměšňuje nynější dění především z oblasti medií. V původní show Uvolněte se, prosím byly na začátku pořadu čteny absurdní titulky z českých deníků a bulvárů, což pan Kraus převzal od známého moderátora talk show Jaye Lena. Poté následuje představení první ze tří osobností, které si moderátor do show pozval. Jedná se o osobnosti nejznámější, ale zároveň méně známé. Důležité je, aby byl divák přímo ve studiu i u televizních obrazovek patřičně pobaven. Veřejně známé osobnosti jsou zvány častěji. V show se ale divák může setkat s osobou, která má neobvyklý koníček, netradiční zálibu nebo třeba neobvyklou dovednost. Jedním z největších rozdílů mezi českou a americkou talk show je to, že Show Jana Krause není přenášena živě. Dalším z rozdílů je

---

<sup>73</sup> Jan Kraus [online], [cit. 22.01.2015]. Dostupné z www: <http://azcitaty.cz/citaty/jan-kraus/>

například to, že Krausův pořad je vysílán “pouze“ jednou týdně, zatímco pořady v USA jsou vysílány každý všední den ve večerních hodinách. Čmejková (2007) o pořadu Jana Krause píše: „Moderátor Jan Kraus je konverzačně mnohem tvrdší, agresivnější, ironizující a břitký, jen v ojedinělých případech dává svému hostu možnost zachovat si tvář a daleko častěji jej naopak vyvádí z míry, irituje nebo přímo trápí.“ Pořad pana Krause tím ale získává neocenitelnou dynamiku, důvtip a svižnost. Moderátorovy vtipné a provokativní komentáře jsou pro jeho show více než typické.

### 3.1.2 Prostředí a uspořádání interiéru

Interiér a jeho uspořádání zůstalo téměř stejné jako u předchůdce, pořadu Uvolněte se, prosím. Největší dominantou je masivní dřevěný stůl, za kterým sedí moderátor, k němuž je kolmo nakloněn rudý gauč, kam usedají hosté a kde jsou zpovídáni. Zmíněné uspořádání má důležitý psychologický význam. Zatímco moderátor je prakticky schován za masivním stolem, účinkující jsou vystaveni publiku v celé své kráse. Jejich pohyb je v podstatě omezen na minimum. Důležitým psychologickým faktorem je zároveň i fakt, že účinkující sedí bokem k moderátorovi na nižší úrovni, což dává moderátorovi i publiku pocit jeho nadřazenosti. Jan Kraus se ale tímto faktem netají. Co se týče rozdílů mezi předchůdcem a nynější show, maličkosti by se zde našly. Drobné změny byly zaznamenány především v kulisách a pozadí za moderátorem. V původní show Uvolněte se, prosím bylo obměněno pozadí s fotografií noční Prahy za zeď s motivy cihliček a jasné svítící žárovky, které nápaditým způsobem vykreslují nádhernou fotografii Pražského hradu. Toto je považováno za velmi příjemnou a pozitivní změnu, která svou dominancí umocňuje důležitost a krásu hlavního města. Veškeré změny, které v novém pořadu nastaly, lze charakterizovat jako posun do divadelních sfér a podob. Co se ostatních kulis a interiéru týče, vše zůstalo prakticky při starém. Kapelu Davida Krause nalezneme opět v levé části divadla v nepřímém kamerovém záběru.

### 3.1.3 Průběh natáčení

Televizní show Jana Krause se natáčí každý čtvrtek v 19 hodin v prostorách Divadla Archa v Praze. Celkové veřejné natáčení trvá zhruba hodinu a půl, v televizi je pak

odvysílaná sestříhaná verze pořadu, jež zabere okolo 50 minut. Moderátor nejprve přijde do sálu, přivítá diváky a požádá je, aby si vypnuli své mobilní telefony a nepoživovali žádné fotografie ani audiovizuální záznamy z natáčení. Tato promluva je z hlediska problematiky mediálního dialogu velice zajímavá, jelikož Jan Kraus tuto řeč vede pouze k divákům, jež jsou přítomni přímo v divadle. Jsou tedy jedinými příjemci podané informace. Po tomto krátkém výstupu pana Krause následuje již samotné natáčení, kdy Kraus opět vítá diváky a vše probíhá tak, jako by byl na scéně poprvé. V tomto případě jsou ale příjemci jak diváci v divadle, tak diváci u televizních obrazovek. Dochází tedy ke smísení dvou okruhů publika. V této pasáži je moderátor k divákům u televizních obrazovek velmi adresný.

Poté dochází ke glosování aktuálního dění, konkrétně k událostem, týkajících se zejména České republiky. Výjimečně Kraus komentuje ale i aktuální dění ze světa, pokud to má velký význam i pro nás, občany ČR. Jedním z nejčastějších témat je samozřejmě politika, kterou si Kraus tak moc oblíbil. Toto odvětví zpravidla pokaždé nemilosrdně zkritizuje, odsoudí a zesměšní. Všechno ale vyličí velmi trefně a humorně. Po tomto druhém proslovu moderátor usedá za svůj masivní stůl a bere do ruky tablet. Dříve se jednalo o papíry A4, ze kterých četl. Z tabletu předčítá nejrůznější zprávy, které byly jakkoliv označeny za zajímavé. Jedná se o témata všeho druhu. Nejčastěji jde o velice kuriózní či až bizarní zprávy či titulky. Každá z těchto zpráv je zároveň zobrazena na velké televizi, umístěné přímo za moderátorem. Své čtení doprovází svými vtipnými vsuvkami a komentáři, jež mají častokrát velmi ironický charakter. Jakmile zprávy dočte, svůj pohled směřuje ke kapele Davida Krause, která tuto kapitolu uzavře doprovodným zvukem, a dochází k přivítání prvního hosta. Ještě před tím, než ale prvního hosta přivítá, Kraus položí otázku směrem k divákům přímo v divadle. Otázka zní, zda je přítomen pan Odvárka. Pan Odvárka je jeden z nejznámějších diváků této show, účastnil se zatím každého natáčení, při čemž vynechal pouze jeden speciální díl v New Yorku.

Úvodní část každé epizody, tedy Krausova promluva k divákům a čtení zpráv, mají charakter monologu. Zároveň činí z tohoto pořadu na poli českých talk show jasný unikát, protože moderátor se při těchto vystoupeních vyjadřuje k tématům společensky kulturním a politickým. Tímto způsobem dává najevo, jak velký má přehled, a speciální důraz klade na to, aby tomu stejným způsobem porozuměl i samotný divák. Celkový pořad tedy lze

rozdělit na dvě části, monologickou a dialogickou. V monologické části se moderátor obrací na publikum a jejich porozumění, v dialogické části postupně probíhají rozhovory s pozvanými hosty.

### **3.1.4 Projev Jana Krause**

Jak již bylo zmíněno, celý pořad tak nějak stojí a závisí na samotném moderátorovi a jeho projevu. On je tím hlavním důvodem, proč má jeho talk show takovou sledovanost a proč ji diváci sledují. Jan Kraus je při svých rozhovorech velmi pohotový a vždy „nad věcí“. Jen opravdu málokdy se nechá něčím rozhodit. Když už se tak ale stane, velmi efektivně tuto situaci využije k tomu, aby celý dialog působil tak, jako by to tam patřilo. Pro jeho projevy jsou nejtypičtějšími prvky asertivita, sarkasmus, pro některé často i arogance a nadřazenost. Kraus bývá ve svém projevu velmi uvolněný, neformální a často poněkud rázný. Jeho humor je jednoduchý, ale velice trefný. Z hlediska volby výrazových prostředků moderátor kombinuje hovorovou a obecnou češtinu, a to s velkou četností nespisovných výrazů. Kraus se takto vyjadřuje a chová záměrně. Celému pořadu tento projev dodává jistou přirozenost a zábavnost. V krajních případech se Kraus nebojí použít i nechvalné a vulgární výrazy. Z prvků nonverbální komunikace je pro Krause velmi typické používání mimiky a gest. Velmi často a velmi výrazně zvedá obočí, upřeně se dívá na své hosty a předvádí až velmi ojedinělé mimické výrazy. Těmito výrazy moderátor doprovází své reakce. Často tyto reakce doprovází hlasitým a okázalým smíchem, čímž dává najevo, že celá věc je velice humorná a je potřeba se na ni dívat s jistým nadhledem. Velkou roli hraje také gestikulace rukou. Kraus s velkou oblibou pokládá obě své ruce na okraj rudého gauče hned vedle hosta, což pro někoho může být projevem neformálnosti. Jiné to může samozřejmě také znervózňt. Pro zdůraznění velkého údivu Kraus pokládá svou ruku přímo na čelo a tímto pohybem naznačuje, že si ho právě otírá. V jiných případech má moderátor ruce položené na stole a poklepáváním do něho naznačuje jistou potřebu a naléhavost lepšího a srozumitelnějšího vysvětlení určitého výroku hosta.

### 3.2 Představení Oprah Winfrey

Oprah Winfrey, celým jménem Oprah Gail Winfrey je pravděpodobně nejznámější americkou moderátorkou televizní talk show. Nevěnuje se ale pouze moderování. Winfrey je zároveň herečkou, spisovatelkou a vydavatelkou časopisu. Je několikanásobnou držitelkou ceny EMMY a byla nominována na Oscara. Je považována za nejbohatší Afroameričanku 20. století a za největší afroamerickou filantropku všech dob. Velmi často je označována za nejvlivnější světovou celebritu. Nejednou ji její kolegové i fanoušky přesvědčovali o tom, aby kandidovala na úřad prezidenta Spojených států amerických. Oprah Winfrey se narodila ve venkovské části Mississippi svobodné náctileté matce, ale vyrůstala na samotě se svou babičkou. Vyrůstala ve velmi chudé a přísné rodině. I v celkově zchudlé oblasti se Winfrey dokázala prosadit nejrůznějšími způsoby. Byly to pro ni ale velice neradostné časy. Oprah se později dozнала, že byla od svých devíti let opakovaně znásilňována svým strýcem, bratrancem a matčíným přítelem. Její matka o těchto obviněních nechtěla vůbec nic slyšet. Na místo toho porodila další dceru a syna. Dcera se později předávkovala kokainem a syn zemřel na AIDS. Dlouhé roky zneužívaná Oprah kradla své matce peníze, aby udržela krok s majetnějšími spolužáky. Ve čtrnácti letech sama otěhotněla a porodila. Dítě ale krátce po porodu zemřelo. V té době ji matka vyslala k jejímu biologickému otci, což se pro Winfrey ukázalo jako velmi spásný nápad. Přísný otec Vernon Winfrey byl původně horníkem, později městským zastupitelem. Nakonec sloužil v armádě. Svou dceru již matce nevrátil. Otec, který sám na vzdělání nedosáhl, značně dbal o dceřinu výchovu. Kupoval jí knihy a nechával si od ní pravidelně vypracovávat podrobný čtenářský deník. Pro Oprah to nebyla však jen nutná povinnost, ale naopak učiněná radost a vítaná cesta ze všech psychických problémů, jimiž tolik trpěla. Záliba ve vzdělání se záhy projevila v jejích studijních výkonech. Z dosud vyložené problémové žákyně se jako zázrakem proměnila v premiantku třídy a snadno si tak zabezpečila přijetí na státní univerzitu v Tennessee. Sebevědomí se Oprah zvýšilo i poté, co v sedmnácti letech zvítězila v soutěži o nejkrásnější Afroameričanku státu Tennessee. Tento úspěch jí také přinesl první nabídku k práci, a to práci v lokálním rádiu na pozici moderátorky podvečerních zpráv. Toto považovala za práci snů a opravdu se v ní našla. Velmi rychle ji objevila i televize. V Nashvillu se stala ve svých dvaadvaceti letech nejmladší moderátorkou zpráv, mimoto také první černošskou ženou na tomto postu v historii televize. Poté přestoupila ke

konkurenci do Baltimoru, kde vyjma čtení denních zpráv poprvé zakusila moderování televizní soutěže. Odtud již vedla cesta do Chicaga, které mělo na její pozdější kariéru zásadní vliv.

### **3.2.1 Kariéra Oprah Winfrey**

V Chicagu Oprah Winfrey převzala moderování lokálního půlhodinového bloku pro hospodyňky. Podle ratingů to byl před jejím příchodem nejméně sledovaný pořad v televizi a spíše se očekávalo, že brzy zanikne. Stačilo však pouhých pár epizod s novou moderátorkou v čele a show ve sledovanosti diváků rázem vedla. Bylo tedy jen otázkou času, kdy mladá agilní moderátorka dostane příležitost také v celostátní americké televizi. K tomu došlo 8. září 1986, kdy se poprvé odvysílal pořad Oprah Winfrey show. V segmentu odpoledních talk show nový debatní pořad záhy neměl konkurenci. Ve sledovanosti rychle přeskočil i klasiku dopolední americké televize, a to show Philla Donahue. Stárnoucí americký novinář, byť nesmírně zkušený a populární, neměl proti empatické a energické mladé černošce žádnou šanci. Pořad Oprah Winfrey show měl na angloamerické televizní konzumenty nebývalý vliv. Oprah svou show postupně nasměrovala od obyčejného bulváru k prémiovému pořadu o cestě za sebezdokonalováním. Nebylo snad epizody, ve které by chyběl patřičný patos, emoce a slzy jak účinkujících, tak i diváků. O tohle ale přesně v takovém typu pořadu jde. Oprah Winfrey nastavila laťku všem obdobným pořadům, které v americké televizi začaly vznikat. Vzhledem k okamžitému úspěchu Oprah Winfrey dostávala nemalý honorář. Vůbec se brzy projevila jako nečekaně zdatná obchodnice, která si dokázala vyhádat výtečné startovací podmínky. Pro natáčení své show založila společnost Harpo Productions, což je její jméno pozpátku. Harpo se rovněž jmenovala filmová postava manžela Oprah ve slavném dramatu *Purpurová barva* od Stevena Spielberga. Moderátorka byla, jak již bylo zmíněno výše, za svou roli v tomto snímku nominována na Oscara. Společnost Harpo Productions se také začala angažovat v produkování hollywoodských filmů a televizi. Ať už to byl kabelový televizní kanál Oxygen, nebo později stanice OWN – Oprah Winfrey Network.

### 3.2.2 Talk show Oprah Winfrey – The Oprah Winfrey Show

The Oprah Winfrey show, často nazývána pouze „Oprah“, je americkou nejznámější talk show, která byla soustavně vysílána po dobu 25 let, a to od 8.zář 1986 do 25.května 2011. Jak již bylo zmíněno výše, talk show se natáčela v Chicagu, státu Illinois. Talk show se zapsala do dějin jakožto vůbec nejsledovanější a nejvlivnější show v historii všech talk show vůbec. Show byla natolik vlivná, že se mnoho probíraných témat zapsalo do kulturního vědomí. Winfrey využila talk show jako vzdělávací platformu, zahrnující knižní kluby, rozhovory, seberealizační segmenty a filantropické výpravy do světových událostí. Talk show Oprah Winfrey získala celkem 47 ocenění Emmy Awards. Talk show má své kořeny v již zmiňovaném Chicagu, kde se původně vysílal půlhodinový rozhovor na stanici ABC. Winfrey moderování převzala v roce 1984 a během jednoho měsíce dokázala pořad vynést do televizních nebes. Z posledního místa se tato show rázem objevila na prvních příčkách amerických talk show. Po úspěšné nominaci Winfrey na Oscara show nabrala úplně jiný směr. Stala se národní talk show a dostala se na doposud nedosaženou úroveň. Začátkem dvanácté epizody se Oprah Winfrey přiznala, že je opravdu vyčerpaná, ale nic nevzdávala. Nevzdala se proto, že si uvědomovala své postavení v mediálním průmyslu a že může pozitivně ovlivňovat životy nejrůznějších lidí. Nejvíce Winfrey naplňovala právě ta poskytovaná pomoc, na základě čeho se začala řídit sloganem „Live your best life“ – žij svůj nejlepší život.

*„I made the decision. In the midst of doing beloved. I was doing some scenes – beloved is about an ex-slave, and during that proces of doing that I connected to really what slavery had meant, and my own personal ancestry and history connected it to a way I have never before from reading all about black history and, you knoe, talking to relatives. And I realized that I had no right to quit coming from a history of people who had no voice, who had no power, and that I have been given this. This blessed opportunity to speak to people, to influence them in ways that can make a difference in their lives, and to just use that.“*

*„Rozhodla jsem se, uprostřed toho, co opravdu miluji. Během tohoto procesu jsem se zamyslela nad svým původem, nad tím, co znamenalo otroctví, jaký měli ostatní lidé*



*postoj k černošské rase. Nikdy jsem nad tím takto nepřemýšlela. V tu chvíli jsem si uvědomila, že nemám právo přestat pocházet z této rasy lidí, kteří neměli žádný hlas žádné slovo a žádná práva. Dostalo se mi obrovského daru – tato požehnaná příležitost pozitivně ovlivňovat životy jiných lidí, mluvit s nimi o jejich problémech a měnit jejich životy k lepšímu mě ohromně naplňuje.“*

### **3.2.3 Projev Oprah Winfrey, odlišnosti s Janem Krausem**

Talk show The Oprah Winfrey show lze zařadit do kategorie late night talk show. Během několika let, kdy byla The Oprah Winfrey show vysílána, proběhlo několik malých, ale i velkých změn. Změny se týkaly především vzhledu studia, kulis a úvodních titulků. Co se týče ale samotného projevu a vlivu moderátorky Oprah Winfrey, ke změnám nikdy nedošlo. Moderátorka měla vždy stejnou tvář a stejný postoj, se kterým do pořadu přišla a který ji dělá tak neuvěřitelně unikátní. Na začátku pořadu přijde Oprah na scénu, promluví k divákům v sále, ale i k divákům u televizních obrazovek. V tomto se úvodní projev Oprah Winfrey a Jana Krause nijak zásadně neliší. První odlišnosti přicházejí již po samotném úvodu. Oprah má ve zvyku pronést jeden z mnoha svých inspirativních citátů a následuje představení svého hosta. Jakmile hosta představí, na rozdíl od Show Jana Krause, na masivní obrazovce je spuštěn medailonek o pozvaných hostech. Není zde určena žádná maximální délka medailonku, je to tedy individuální. Jakmile medailonek skončí, hosté přicházejí do studia. Moderátorka je přivítá, představí ještě jednu publiku přítomnému ve studiu a rozhovor začíná. Jeden z hlavních rozdílů mezi Oprah Winfrey a Janem Krausem je komunikace s publikem přímo ve studiu. Jan Kraus, jak již bylo zmíněno, tento prostor pro diváky nemá. Oprah Winfrey si na tomto ale zakládá. Nejen, že dává publiku prostor k projevení jejich vlastního názoru, dává jim ale i možnost vyzpovídat pozvané hosty podle svého vlastního úsudku. Každý z publika si tedy připraví na respondenta otázku, Oprah vybere ty nejzajímavější a publikum tak dostává možnost přímo hovořit s pozvaným hostem. Tato skutečnost hraje značně v neprospěch Jana Krause.

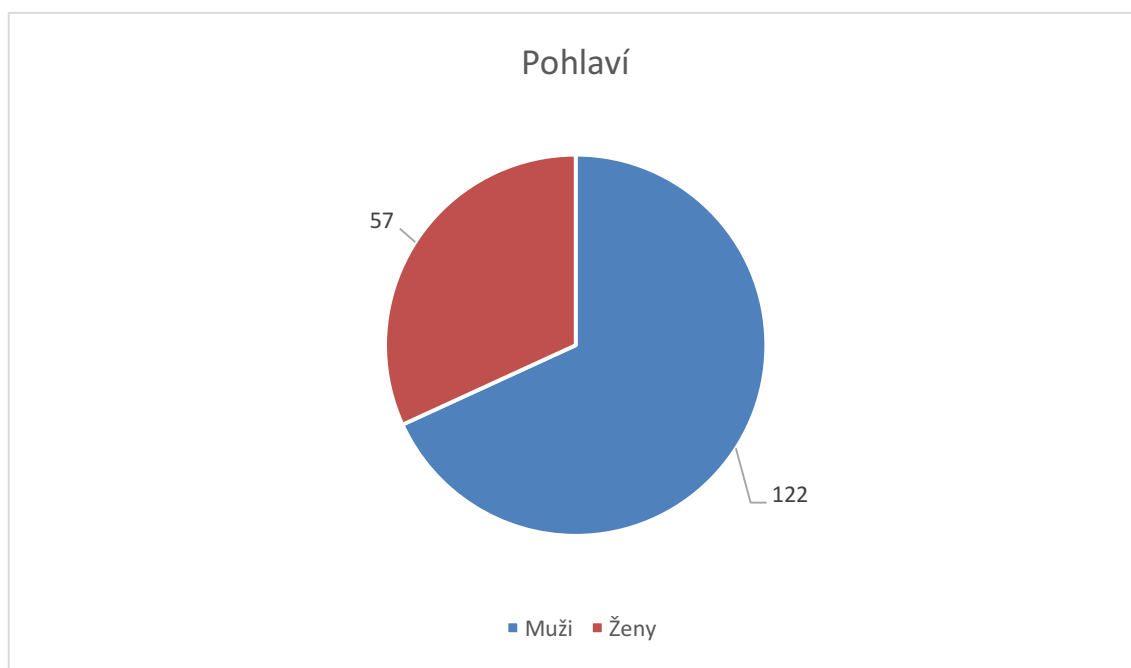
## 4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V rámci praktické části bakalářské práce jsem se zaměřila na dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 179 respondentů. V rámci dotazníkového šetření bylo zjišťováno povědomí lidí o talk show Jana Krause a Oprah Winfrey, jejich rozdíly, moderátorské dovednosti a sympatie.

### 4.1 Výsledky dotazníkového šetření

V rámci dotazníkového šetření odpovědělo 57 žen a 122 mužů.

Graf č. 1: Pohlaví respondentů



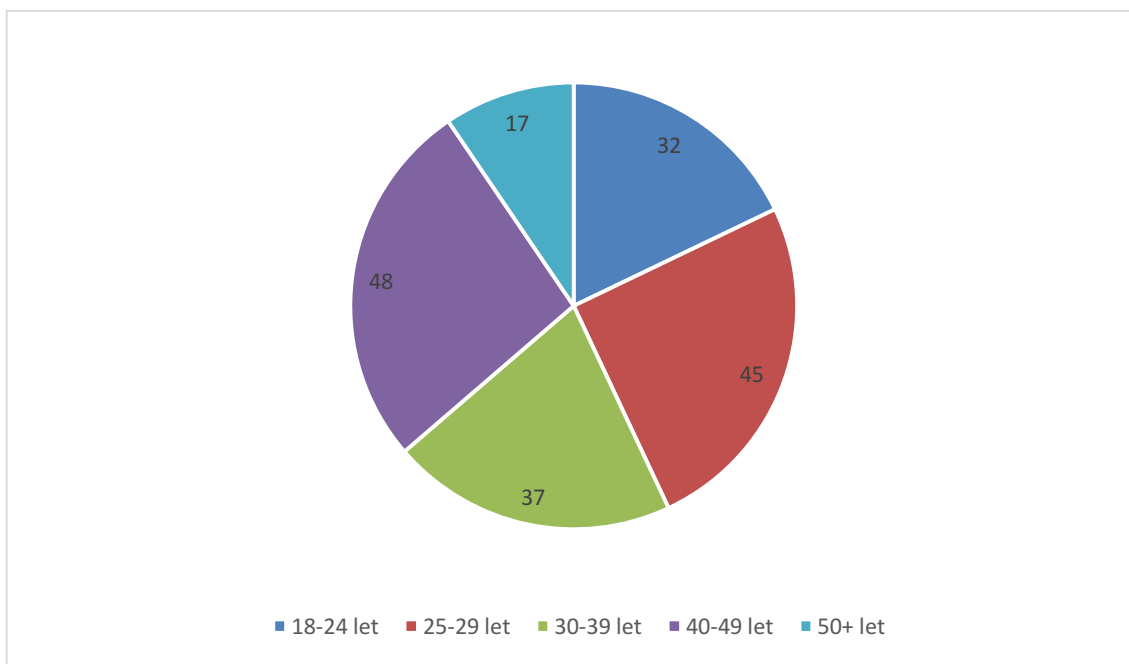
Zdroj <sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)

Věk dotazovaných byl rozdělen do několika kategorií. V kategorii od 18-24 let odpovědělo 32 respondentů, od 25-29 let odpovědělo 45 dotazovaných, v kategorii od 30-39 let odpovědělo 37 respondentů, od 40-49 let odpovědělo 31 lidí a v kategorii 50+ odpovědělo 34 lidí.

Graf č. 2: Věk respondentů



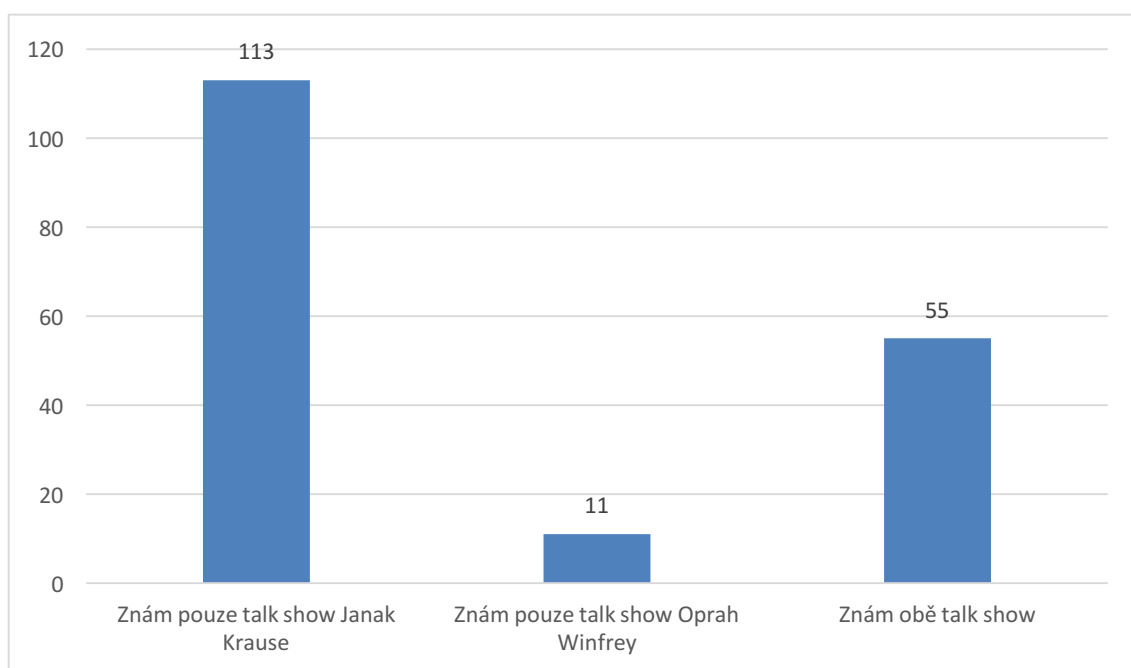
Zdroj <sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)

Další otázkou byla zjišťována znalost zkoumaných talk show. Otázka 3 byla koncipována na znalost talk show Jana Krause, The Oprah Winfrey show či znalost obou talk show. Z výsledků dotazovaných českých respondentů vyplývá, že většina respondentů zná pouze talk show Jana Krause, méně zná talk show Oprah Winfrey a minimální počet dotazovaných zná obě tyto talk show.

Graf č. 3: Znalost talk show Jana Krause a Oprah Winfrey



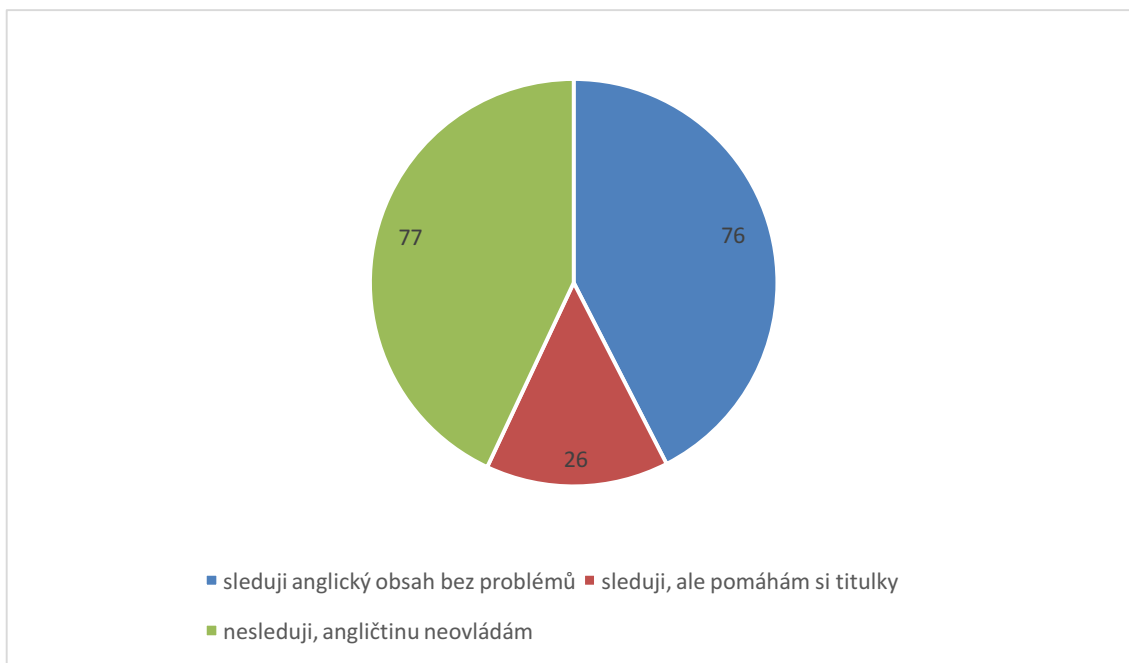
Zdroj <sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)

Na znalost zahraničních talk show se zaměřuje následující otázka. Dotazuje se, zda je sledování televizních programů v angličtině problematické. 76 dotazovaných respondentů s anglickým obsahem v televizi nemá problém, 26 dotazovaných využívá služeb titulků a 77 dotázaných se programům s anglickým obsahem absolutně vyhýbá.

Graf č. 4: Je pro Vás sledování televizních pořadů v angličtině problematické?



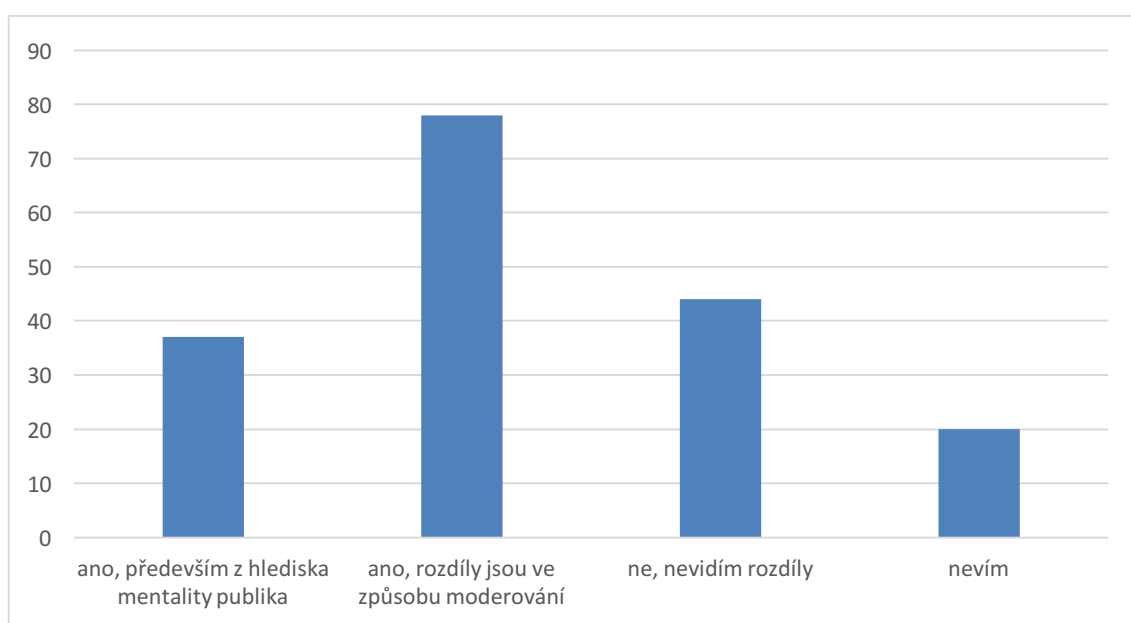
Zdroj <sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)

Následující otázka se zabývala vnímáním rozdílných kulturních rozdílů mezi zkoumanými talk show. 37 z dotazovaných respondentů odpovídalo, že vnímají rozdíly především z hlediska mentality publika. Dalších 78 respondentů vnímá rozdíly hlavně ve způsobu moderování. 44 dotazovaných respondentů žádné rozdíly nevidí a 20 respondentů rozdíly nevnímají.

Graf č. 5: Vnímáte kulturní rozdíly mezi televizní talk show Jana Krause a zahraničními moderátory?

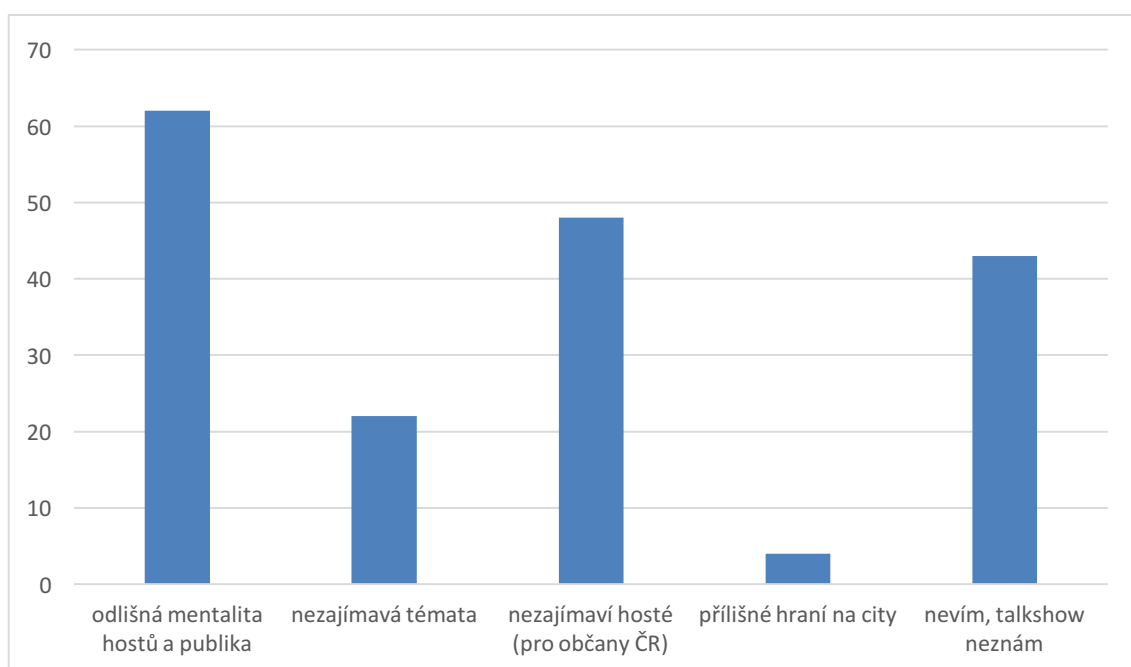


Zdroj <sup>78</sup>

<sup>78</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)

V televizi v českém jazyce bylo vysílána talk show Oprah Winfrey, nicméně tato talk show nebyla v televizi dlouho. Dotaz se zabývá povědomím lidí, proč podle nich nebylo vysílání Oprah Winfrey příliš úspěšné. 64 z dotazovaných respondentů vnímá rozdíly především z hlediska mentality publika, 23 respondentů vnímá témata Oprah jako nezajímavá, pro 41 respondentů z ČR nejsou zajímaví pozvaní hosté, 14 respondentů vnímá moderování Oprah jako přílišné hraní na city a 37 respondentů talk show vůbec nezná.

Graf č. 6: Z jakého důvodu si myslíte, že vysílání talk show Oprah Winfrey nebylo v ČR příliš úspěšné?

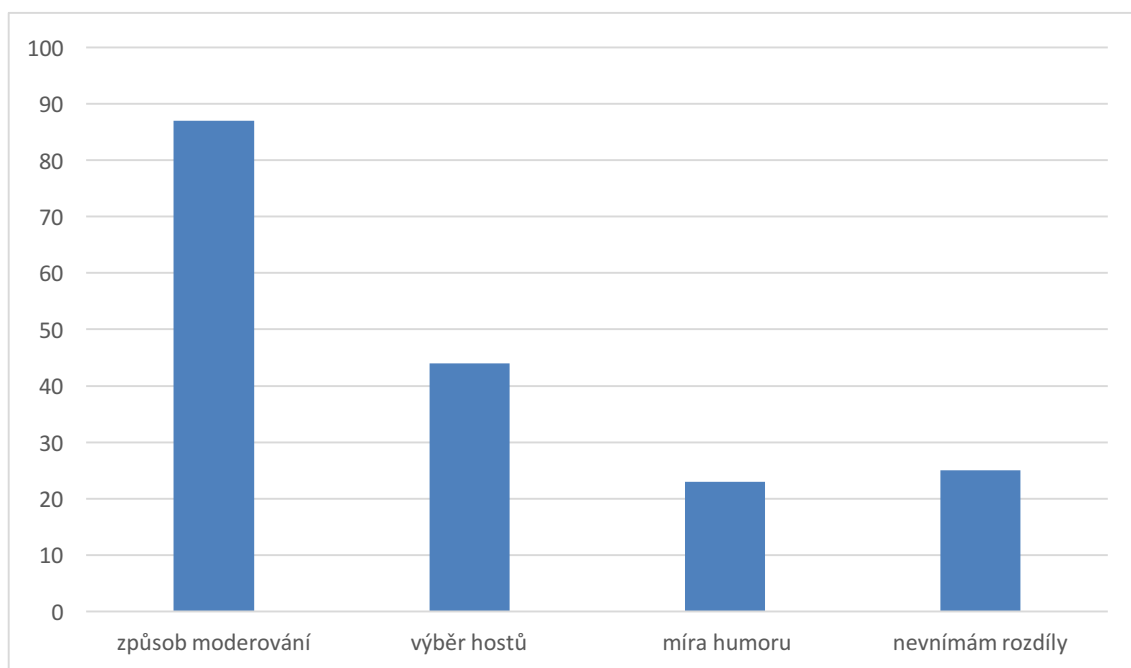


Zdroj <sup>79</sup>

<sup>79</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)

Další otázka byla kladena na rozdíly mezi talk show Jana Krase a Oprah Winfrey. Největšími rozdíly byly podle 87 respondentů způsoby moderování, výběr hostů zvolilo 44 respondentů, míru humoru vybralo 23 respondentů a 25 respondentů žádné rozdíly nevnímalo.

Graf č. 7: V čem vnímáte největší rozdíl mezi Oprah Winfrey a Janem Krausem?



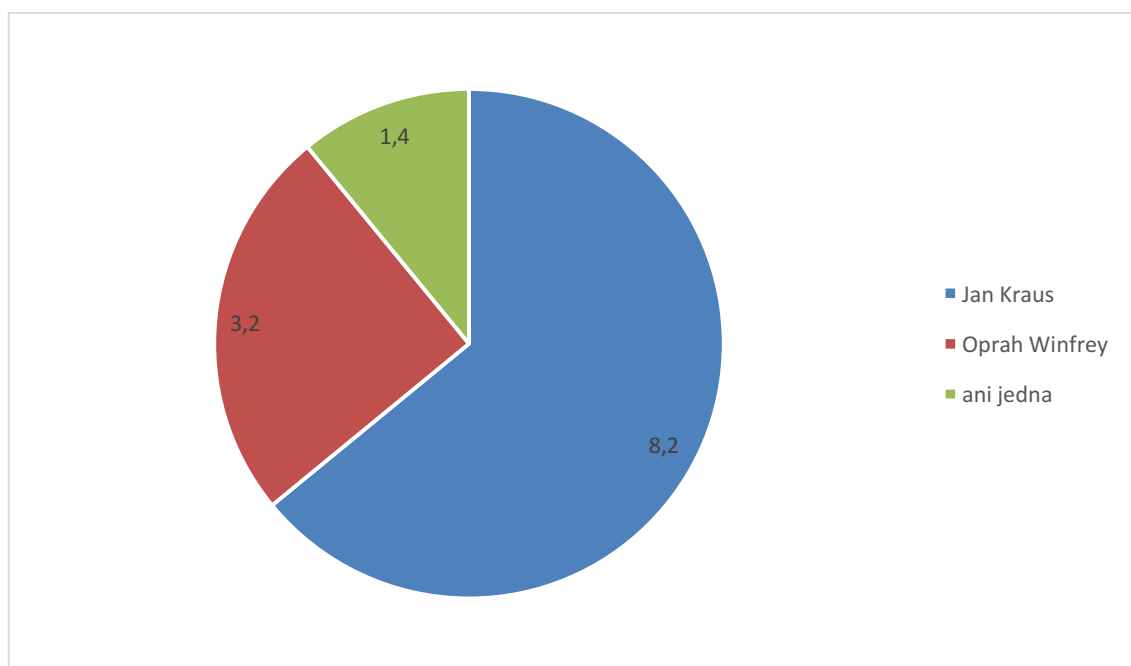
Zdroj<sup>80</sup>

<sup>80</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)



Posledním dotazem bylo zjištění, zda by se respondenti chtěli účastnit natáčení jedné ze zkoumaných talk show. 103 respondentů by chtělo vystupovat u Jana Krause, 30 respondentů u Oprah Winfrey a 46 účastníků by vystupovat v žádné talk show nechtělo.

Graf č. 8: Kdybyste měli možnost účastnit se jako hosté v jedné z talk show, kterého moderátora byste si vybrali?



Zdroj<sup>81</sup>

V rámci dotazníkového šetření bylo zjištěno na základě odpovědí respondentů, že dáváme přednost české reality show Jana Krause před zahraniční talk show. Je to hlavně mentalitou a stylem humoru, který je českým respondentům bližší, a zároveň se chtějí v rámci talk show dozvědět něco nového o českých celebritách.

<sup>81</sup> Autor práce, 2018 (vlastní šetření)

## ZÁVĚR

Tato bakalářská práce se zabývala porovnáním způsobu a stylu moderování nejznámějších moderátorů talk show v ČR a USA, a to Janem Krausem a Oprah Winfrey. Zároveň se zabývala celkovou strukturou obou pořadů, jejich odlišnostmi v komunikaci a rozdíly, týkajícími se mentality publika a jiných kulturních zvyklostí. Právě odlišná mentalita publika a jiné způsoby vytvářejí zásadní rozdíly mezi oběma talk show. Na základě průzkumu byla vyhodnocena úroveň moderování jednotlivých moderátorů, jejich nedostatky, aktiva a pasiva. Empatie a vlídný přístup hraje značně ve prospěch afroamerické filantropky Oprah Winfrey, zatímco zdravá dávka humoru a často ironický až arogantní přístup charakterizuje Jana Krause. Tato nepříliš chvalná charakteristika vyšla z dotazníkového šetření jako více než pozitivní výčet vlastností pro moderátora Jana Krause. Na základě odpovědí dotazovaných respondentů, občanů ČR, bylo zjištěno, že nadpoloviční většina dotázaných upřednostňuje sledování talk show Jana Krause i samotného moderátora jako takového. Zásadním důvodem tohoto výběru je především odlišná mentalita publika show Oprah Winfrey, se kterou se čeští diváci nikterak neztotožňují. Rozhodujícím faktorem je zároveň složení publika, reakce diváků a typologie hostů. Dalším důležitým aspektem tohoto výběru je jazyková bariéra a nezajímaví hosté pro občany ČR. V dotazníkovém šetření bylo stejně tak zjišťováno, z jakého důvodu nebyl fenomenální americký pořad Oprah v České republice příliš úspěšný. Hlavním důvodem tohoto faktu byly v dotazníkovém šetření uváděny odlišné kulturní zvyklosti přítomného publika ve studiu a již zmíněná jazyková bariéra, a to i přesto, že byla show vysílána jak s českým dabingem, tak i s českými titulky. Práce se rovněž zabývala odlišením ve sledovanosti, ve kterém má USA svou velikostí a vlivem na světové dění značnou výhodu. Z celkového výzkumu vyplývá, že Češi obecně nejsou otevření jiné mentalitě, zvykům a kulturám, což může značně omezovat jejich rozhled. Právě větší rozhled, porozumění a seznámení s jinou kulturou vede k uvědomění si kladů a záporů kultury vlastní. Z výzkumu zároveň vyplývá, že mladší generace je tomuto porozumění otevřenější, než ta starší. Je tedy jen otázkou času, kdy se s těmito odlišnými způsoby a jinou mentalitou český národ zcela ztotožní.

# SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

## Seznam použitých českých zdrojů

AUSTIN, J., L. *Jak udělat něco slovy*. 1. vydání. Praha: Filosofia, 2000.

ČMEJRKOVÁ, S. a J. HOFFMANNOVÁ. *Jazyk, média, politika*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2003, 258 s. ISBN 80-200-1034-3.

DOČEKALOVÁ, M. *Tvůrčí psaní pro každého*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3017-2.

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

KORDA, J. *Úvod do studia televize 2: Faktuální televize a její žánry*, 2013

KORDA, J. *Úvod do studia televize*. 1. vyd. Olomouc, 2005

KRAUS, J. *Uvolněte se, prosím...*, 1. vydání originálu: 2005

LEWIS, D. 1993. *Tajná řeč těla*. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-49-8.

MACHÁČKOVÁ, E. 1981. *Rozhovor s významnými osobnostmi*. In: Naše řeč, 1981, roč. 64, s. 23-33.s

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9.

MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

MÜLLEROVÁ, O. a J. HOFFMANNOVÁ. *Dialog v češtině*. München: Otto Sagner, 1999, 259 s. Specimina philologiae Slavicae, Bd. 120. ISBN 38-769-0703-9.

MÜLLEROVÁ, O. a J. HOFFMANNOVÁ. *Kapitoly o dialogu*. 1. vyd. Praha: Pansofia, 1994, 94 s. ISBN 80-858-0429.

OSVALDOVÁ, B. a J. HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri, 2002. ISBN 80-7277-108-6.

REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7.

RENZETTI, C., M. a D., J. CURRAN. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.

THOMPSON, J., B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6, s. 17

VÁGNER, I. *Televizní zprávy - psychický nátlak?*. Praha: Argo, 1997. ISBN 80-7203-180-0.

VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2614-4.

### **Seznam použitých zahraničních zdrojů**

HARRIS, J. *The Oprah Phenomenon*, Press of Kentucky, 2007

HOLLAND, P. 1996. *When a woman reads the news.*, In: *Turning it On-areader in women and media*, Helen Baehr, Ann Gray (ed.). New York, London: Arnold, Martin's Press, 1996. ISBN 0340632208.

MILLER, T. *Television Studies: The Basics*. New York: Routledge, 2010

TIMBERG, M., B. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*, 2002

## Seznam použitých internetových zdrojů

*Banánové rybičky (1999)* | ČSFD.cz [online]. POMO Media Group, ©2001-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/252586-bananove-rybicky/prehled/>

*Krásný ztráty* [online]. POMO Media Group, ©2001-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/194468-krasny-ztraty/prehled/>

*Mr. GS* [online]. POMO Media Group, ©2001-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/239814-mr-gs/prehled/>

*Na plovárně - Česká televize: Na plovárně s Markem Ebenem* [online]. © Česká televize, 2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093836883-na-plovarne/>

*O pořadu | Oprah show* [online]. © FTV Prima, spol. s r.o., 2017 [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://love.iprima.cz/porady/oprah-show/o-poradu>

*Sledujte pořad Snídaně s Novou* [online]. © CET 21 SPOL. S R.O., 2012 [cit. 2017-01-28]. Dostupné z: <http://novaplus.nova.cz/porad/snidane-s-novou/>

*TALK SHOWS* [online]. 2013 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.museum.tv/eotv/talkshows.htm>

TRPĚLKOVÁ, D. Arts lexikon. Talk show [online]. 5.1.2013 [cit. 2017-01-23]. Dostupné z: [http://artslexikon.cz/index.php/Talk\\_show](http://artslexikon.cz/index.php/Talk_show)

*Types of Talk Shows* [online]. Leaf Group, ©1999-2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: [http://www.ehow.com/about\\_7227990\\_types-talk-shows.html](http://www.ehow.com/about_7227990_types-talk-shows.html)

*Uvolněte se, prosím* [online]. © Česká televize, 2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1176221164-uvolnete-se-prosim/210522161800023/?vso=oporadu>

*Uzavřené a otevřené filtrační otázky* [online]. [cit. 2017-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.systemsresearch.cz/Uzavrene\\_\\_otevrene\\_\\_filtracni\\_otazky.pdf](http://www.systemsresearch.cz/Uzavrene__otevrene__filtracni_otazky.pdf)

*Všechnopárty* [online]. © Česká televize, 2017 [cit. 2017-01-27]. Dostupné z:  
<http://www.ceskatelevize.cz/porady/10090925908-vsechnoparty/>

## SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Pohlaví respondentů.....	42
Graf č. 2: Věk respondentů .....	43
Graf č. 3: Znalost talk show Jana Krause a Oprah Winfrey .....	44
Graf č. 4: Je pro Vás sledování televizních pořadů v angličtině problematické? .....	45
Graf č. 5: Vnímáte kulturní rozdíly mezi televizní talk show Jana Krause a zahraničními moderátory? .....	46
Graf č. 6: Z jakého důvodu si myslíte, že vysílání talk show Oprah Winfrey nebylo v ČR příliš úspěšné?.....	47
Graf č. 7: V čem vnímáte největší rozdíl mezi Oprah Winfrey a Janem Krausem?.....	48
Graf č. 8: Kdybyste měli možnost účastnit se jako hosté v jedné z talk show, kterého moderátora byste si vybrali? .....	49

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Kristýna Englická**

**Obor: Sociální a mediální komunikace**

**Forma studia: kombinované**

**Název práce: Porovnání nejznámějších moderátorů talk show v ČR a USA. Oprah Winfrey vs. Jan Kraus**

**Rok: 2018**

**Počet stran textu bez příloh: 42**

**Celkový počet stran příloh: 0**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 19**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 4**

**Počet internetových zdrojů: 12**

**Vedoucí práce: Doc. PhDr. Jaroslav Buček, Ph.D.**