

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ

PREZENČNÍ STUDIUM

2013–2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

David Vavřena

**Leoš Mareš jako rozhlasová osobnost a nástroj
marketingové komunikace**

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Ladislav Vonz

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER

FULL-TIME STUDIES

2013–2015

DIPLOMA THESIS

David Vavřena

**Leoš Mareš as a radio figure and a marketing
communication tool**

Prague 2015

The Diploma Thesis Work Supervisor: Mgr. Ladislav Vonz

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

Jméno autora.....

Poděkování

Chtěl bych poděkovat Mgr. Ladislavu Vonzovi, za trpělivý přístup při realizaci mé diplomové práce a za zprostředkování rozhovorů s respondenty. Jmenovitě Josef Vlček, Milan Kruml a Miloš Pokorný, kterým tímto také děkuji.

Anotace

V teoretické části se diplomová práce zabývá vývojem rozhlasu na našem území a jeho základními principy. Poté zmiňuje některé osobnosti, které se v rozhlasovém vysílání zapsaly do historie. Praktická část sleduje vývoj osobnosti Leoše Mareše od jeho prvních pracovních úspěchů, přes moderování v rozhlase a jeho pěveckou dráhu. Dále je rozebírána jeho účast na televizních pořadech. Nakonec je uvedeno, jak se dnes provazuje jeho jméno s různými marketingovými produkty. Text obsahuje četné citace a rozhovory s lidmi spojované s rozhlasem.

Klíčová slova

Egrensis, Evropa 2, Cheb, marketing, média, moderátor, rádio, rozhlas, televize.

Annotation

The theoretical part of the thesis deals with the development of radio in our country and its basic principles. Then mentions some personalities in radio broadcasts who made history. The practical part follows the development of personality Leoš Mareš, from his first work accomplishments, through moderation in radio and his singing career. It is also discussed his participation in television programs. Finally, how is his name interconnected with various marketing products today. The text contains numerous quotes and interviews with people associated with radio.

Keywords

Broadcast, Egrensis, Evropa 2, Cheb, marketing, media, moderator, radio, television.

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 STRUČNÁ HISTORIE ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ	11
1.1 Rozhlas po roce 1989	12
1.2 Rádio Egrensis.....	18
1.3 Evropa 2 a Michel Fleischmann	21
1.3.1 Evropa 2 a Těžkej pokondr	22
1.3.2 Evropa 2 a příchod Leoše Mareše	23
1.3.3 Evropa 2 po odchodu Těžkého Pokondru	24
1.3.4 MaXXimum muziky	25
2 ZÁKLADNÍ PRINCIPY ROZHLASOVÉ KOMUNIKACE	28
3 MODEROVÁNÍ	30
4 RÉTORIKA	32
4.1 Technika mluveného projevu	35
4.2 Komunikační prostředky	38
5 VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI V HISTORII ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ	40
5.1 Josef Laufer	41
5.2 František Kocourek	42
5.3 Bertha Brainard.....	44
5.4 Jan Rosák	45
6 MARKETING V ROZHLASOVÉM PROSTŘEDÍ	48
6.1 Reklamy za použití celebrit	49
6.2 Guerilla marketing a rozhlas	51
6.3 Digitální marketing a rozhlas	52
PRAKTICKÁ ČÁST	54
7 METODIKA VÝZKUMU A STANOVENÍ HYPOTÉZ	54
7.1 Analýza profesní kariéry Leoše Mareše	55
7.2 Přehled hudební tvorby a vydávání desek.....	58
7.3 Analýza televizních projektů Big Brother, Superstar, Český slavík	60
7.4 Leoš Mareš jako značka a nástroj marketingové komunikace.....	66
7.5 Interpretace výsledů dotazníků	69
ZÁVĚR	71

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	73
SEZNAM ZKRATEK	81
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	82
SEZNAM PŘÍLOH.....	83

ÚVOD

Leoš Mareš je nejdéle vysílajícím ranním moderátorem v České republice a pro mnoho posluchačů nejznámější rozhlasovou osobností. Jeho profesní dráha je výhradně spjatá s rádiem Evropa 2, kde vytvořil jeden z nejznámějších pořadů, který je dodnes vysílán. Předložená diplomová práce popisuje vývoj jeho kariéry z neznámého hlasatele na jednoho z nejznámějších moderátorů v České republice, kterého znají lidé napříč generacemi.

V „Ranní show“ provází posluchače již přes 16 let, přičemž většina moderátorů ranních show se po 4 letech obměňuje. Jeho program je nejposlouchanějším pořadem v kategorii posluchačů mezi 20 a 40 lety.

Společně s hudebním vydavatelstvím Universal Music vydal hudební album, které získalo za měsíc ocenění „Platinová deska“. Bylo prodáno přes 30 000 hudebních nosičů a album se stalo nejprodávanějším albem roku. Ve Státní opeře za něj přebral dvě ceny v hudební anketě Český slavík.

Později působil jako moderátor na TV Nova, kde uváděl pořad „Eso“ a stal se jednou z tváří televize. Na Nově uváděl i pořady, které nebyly správně adaptovány a jediným důvodem jejich úspěchu bylo jeho moderování. Další pořad, který byl kvůli náročnosti standardně moderován dvěma moderátory, zvládl uvádět sám. Díky jeho moderování se na některé pořady dívali i lidé, pro jejichž věkovou kategorii nebyly určeny. Dokázal nejen moderovat, ale i usednout do poroty talentové soutěže.

V posledních letech se věnuje marketingu a je najímán nejznámějšími českými a zahraničními značkami, pro které sám vypracovává kompletní marketingové mixy. I přes jeho úspěch v oblasti marketingu stále pracuje v rozhlase i televizi.

Jako klíčovou osobnost pro svou diplomovou práci jsem si jej vybral z důvodu jeho všestrannosti a rozsahu činností, které v médiích i mimo ně vykonává. V České republice je známý všemi věkovými kategoriemi. To z něj činí nejžádanějšího moderátora u nás.

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretické části je popsán vznik a rozvoj rozhlasu na našem území. Jak se vyvíjel a jací lidé měli na jeho vývoj vliv. Následující kapitola práce porovnává rozdíl mezi rozhlasovou komunikací a komunikací ostatních médií. Kapitola třetí přibližuje jak má moderátor komunikovat,

aby posluchači vnímali a pochopili, co se snaží moderátor sdělit. Čtvrtá kapitola popisuje vznik rétoriky od jejího počátku a vliv na techniky moderování.

Dále práce pojednává o vybraných osobnostech, které se zapsali do historie rozhlasu. Kapitola šestá řeší druhy marketingu a reklamy užívané v rozhlase.

Praktická část má za cíl podrobně popsat vývoj osobnosti Leoše Mareše a najít důvody jeho úspěchu, nejenom na poli moderování, ale i v oblasti marketingu. Byly použity rozhovory s mediálními kritiky, rozhlasovými dramaturgy a osobnostmi, které s Leošem Marešem spolupracovali. Dále bylo užito kvantitativního průzkumu, jehož cílem bylo zjistit a popsat vztah respondentů k osobě Leoše Mareše a jeho účinkování na české mediální scéně.

TEORETICKÁ ČÁST

1 STRUČNÁ HISTORIE ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ

Po první světové válce začínají v Československu pokusy o rozhlasové vysílání. První pořad, který obsahoval hudbu a mluvené slovo byl uskutečněn z vojenské vysílací stanice na Petřínské rozhledně, přesně rok po vzniku samostatného československého státu, dne 28. 10. 1919.¹

Regulérní pravidelné vysílání bylo přenášeno ze zapůjčeného skautského stanu dne 18. 5. 1923 ve 20:15 hodin. V začátcích se vysílalo hodinu denně. Uskutečnilo se tak díky snaze novináře a člena Spolku českých žurnalistů Miloše Čtrnáctého, podnikateli Eduardu Svobodovi a Ladislavu Šourkovi, jehož firma vyráběla rozhlasové přijímače Radioslavia. Později založili společnost Radiojournal, československé zpravodajství radiotelefonické, spol. s r.o., licenci k provozu obdrželi od ministerstva pošt a ministerstva vnitra. Ředitelem programu byl Miloš Čtrnáctý a Alois Svoboda se stal technickým ředitelem. Počáteční zisk rozhlasu byly koncese, tedy poplatky z vlastnictví rozhlasového přijímače. K získávání dalších koncesionářů probíhaly veřejné poslechy v Praze. Měsíčník Radiojournal informoval o vysílání a vycházel od roku 1923. V květnu 1924, se v tisku objevilo slovo „rozhlas“ a nahradilo termíny jako „radiofonie“ nebo „telegrafie a telefonie bez drátu“, používal se i výraz „broadcasting“.²

První pořad v angličtině a esperantu byl vysílán v lednu roku 1924 a byl určen pro posluchače v zahraničí. Koncesionářské poplatky na provoz nestačily a roku 1925 se stal majoritním vlastníkem stát. Téhož roku byl vysílán přenos koncertu České filharmonie, bohoslužby a projev prezidenta T. G. Masaryka.³

¹ KRUPÍČKA, Miroslav a Dita KŘÍŽOVÁ. *Rozhlasová historie*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-11].

² KRUPÍČKA, Miroslav. *Radio Praha - Historie českého rozhlasu*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-11].

Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/historie-cro>

³ ČESKÝROZHLAS. *Radio Praha - Počátky rozhlasového vysílání v Československu*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/pocatky-rozhlasoveho-vysilani-v-ceskoslovensku>

Během protektorátu Čech a Moravy, v letech 1939–1945, musel být Radiojournal přejmenován na Český rozhlas.⁴ Rozhlas musel vysílat nejdříve všechny pořady německy, poté až v českém jazyce.^{5 6}

Zestátnění rozhlasu komunisty roku 1948 znamenalo naprostou kontrolu nad vysíláním a vysílání mělo sloužit už nejenom lidem, ale hlavně komunistické straně.⁷ Všechna klíčová místa byla obsazena členy KSČ.⁸ Rozhlas v roce 1968 oznámil vstup sovětských vojsk na naše území a zveřejnil i odsuzující postoj představitelů Československa. Zmizelo živé vysílání a pokračovala cenzura, včetně seznamu zakázaných autorů. Ani v dalších letech nedošlo k výrazným změnám, obsah se nadále cenzuroval a vlivem svých politických názorů bylo propuštěno mnoho profesionálů, čímž klesala i kvalita vysílání. Prakticky tato situace trvala do roku 1989.^{9 10}

1.1 ROZHLAS PO ROCE 1989

Do roku 1989 všechny sdělovací prostředky vlastnil a používal stát. Moderní doba považuje média za jeden z pilířů demokracie, proto již na zaplněných náměstích v listopadu 1989 zazněl požadavek o vytvoření prostoru pro svobodná média. Pádem státní kontroly občanského a hospodářského života došlo zároveň k pádu kontroly, uplatňované státem, na sdělovací prostředky. Došlo tedy ke zrušení cenzury a v květnu 1990 byl zrušen Federální úřad pro tisk a informace, jakožto poslední symbol cenzury.^{11 12}

⁴ KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, s. 100. ISBN 978-80-7367-698-8.

⁵ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, s. 26. ISBN 80-7178-926-7.

⁶ JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Vyd. 1. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 153. ISBN 80-86762-00-9.

⁷ ČESKÝROZHLAS. *Radio Praha - Počátky rozhlasového vysílání v Československu*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/pocatky-rozhlasoveho-vysilani-v-ceskoslovensku>

⁸ JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Vyd. 1. Praha: Český rozhlas, 2003, 667 s. ISBN 80-867-6200-9.

⁹ KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 81. ISBN 80-246-0632-1.

¹⁰ BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, s. 297. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

¹¹ MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

Duální systém¹³ se neformoval ihned po listopadu 1989. Bylo to až ve druhé polovině roku 1991, kdy byl přijat zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání č. 468/1991 Sb. a to Federálním shromážděním ČSFR.¹⁴ Dále schvaluje Česká národní rada zákon o Českém rozhlasu č. 484/1991 Sb. a to dne 7. 11. 1991.¹⁵ Počínaje lednem 1990 až do října 1991 můžeme chápat jako první éru ve formování duálního systému rozhlasového vysílání.

Z důvodu velkého množství žádostí o povolení privátního vysílání zřídila federální vláda mezirezortní komisi pro výběr uchazečů. Předsedou komise se stal Josef Hromádko. Komise byla ustanovena usnesením vlády a důvodová zpráva konstatuje, že část sítě rozhlasových vysílačů není využita a proto může být pronajata.¹⁶

Ještě před vznikem mezirezortní komise Martin Brisac (majitel francouzské rozhlasové stanice Europe 2) podepsal dohodu o spolupráci s generálním ředitelem Československého rozhlasu Karlem Starým. Dohodou se uvolnil pražský kmitočet 88,2 MHz a od 21. 3. 1990 se začal vysílat čtyřicetihodinový francouzský program. Tímto Europe 2 obešla oficiální povolení vlády.

Licenci k experimentálnímu vysílání získala Evropa 2 (stanice svůj název počestila) až o rok později, od mezirezortní komise federální vlády a 10. 6. 1991 již vysílala 14 hodin v českém jazyce.¹⁷ Výše zmíněným došlo k prolomení monopolu Československého rozhlasu, dalším momentem bylo povolení rozhlasové stanici Svobodná Evropa šířit svůj signál pomocí volných vysílačů. Jednalo se o tři středovlnné vysílače na území ČSFR.

Po návštěvě britské ministerské předsedkyně Margaret Thatcherové a francouzského prezidenta Françoise Mitteranda souhlasila vláda ČSFR s dočasným povolením pro využívání technických prostředků dvěma zahraničním stanicím. Podle rady měli stanice BBC (British Broadcasting Corporation) a RFI (Radio France

¹² RŮŽIČKA, Daniel. *Federální výbor pro tisk a informace*. [online]. 2001 [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: http://www.totalita.cz/vysvetlivky/cenzura_05.php

¹³ Stav, kdy vedle sebe působí veřejný a soukromý sektor rozhlasového a televizního vysílání.

¹⁴ Česká a Slovenská federativní republika. Zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In: *468/1991 Sb.* 1991, 91. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=468&r=1991>

¹⁵ Česká republika. Zákon 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu. In: *484/1991 Sb.* 1991. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=484~2F1991&rpp=15#seznam>

¹⁶ MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

¹⁷ PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

International) zlepšit informovanost československých obyvatel. BBC zahájila vysílání 18. 12. 1990 v Praze.^{18 19}

Ke dni 29. 8. 1990 mezirezortní komise obdržela 45 žádostí o rozhlasové a 35 o televizní vysílání. Komise se tedy rozhodla, zabývat se přednostně žádostmi o celostátní vysílání a žádostmi od zahraničních státních organizací. Zpřísnily se i požadavky na formulaci žádosti, mimo jiné musely obsahovat způsob šíření programů, rozsah, technické zabezpečení a další údaje nutné pro registraci.

Ne všichni žadatelé byli však trpěliví a koncem roku 1990 se začaly objevovat první pirátské stanice.²⁰ Nejznámější byla pražská stanice Rádio Stalin. Ta získala povolení pouze na dobu od 19. 10. do 22. 10. 1990 (na dobu trvání výstavy Totalitní zóna). Stanice ovšem pokračovala ve vysílání i po skončení platnosti povolení. Na jejím programu byly mimo hudby i rozhovory s nezávislými umělci, dále komentáře a analýzy. Celou situaci komentoval i československý prezident Václav Havel, chtěl aby vláda mohla udělovat rozhlasové frekvence nezávislému vysílání. Vladimír VINTR, ředitel Rádía Stalin se bránil tím, že než se jeho žádost vyřídí, nebude už žádná volná frekvence na rozdělení.²¹

Pirátských vysílání nadále přibývalo a proto vláda navrhla, aby mezirezortní komise udělila povolení k vysílání prvním domácím privátním stanicím. A to i když ještě nebyla přijata příslušná legislativa. Udělení prvních dočasných licencí pro experimentální vysílání se stalo ryze českou záležitostí, protože slovenská vláda s tímto krokem nesouhlasila. Sedm volných lokálních kmitočtů bylo rozděleno 22. 3. 1991 a ze dvanácti zájemců byly vybrány společnosti: Bonton, Evropa 2, Hallo World, Kolegium+Radio Independence, Rádio Informatika, Rádio Vox a TRS. Platnost licencí byla do 31. 12. 1995 a podmínky vysílání byly uvedeny v připravovaném zákoně č. 468/1991 Sb.²²

¹⁸ BBC. *Czech Republic country profile*. [online]. 2012 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1108489.stm

¹⁹ MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

²⁰ MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

²¹ POTŮČEK, Jan. *Pražské Radio 1 slaví 20 let pirátského vysílání Rádía Stalin z Letné*. [online]. 2010 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/prazske-radio-1-slavi-20-let-vysilani-radia-stalin/>

²² MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

V květnu 1991 vznikla kompetenční komise, která měla za hlavní úkol vybírat uchazeče o nestátní rozhlasové vysílání. Předsedou se stal Milan Uhde a dalších pět členů byli bývalí členové mezirezortní komise.

Zákon č. 468/1991 je prvním stabilním zákonem pro duální systém vysílání. V zákoně jsou definovány pojmy jako: reklama, program, pořad, sponzorování a další. Celkově je zákon rozdělen na sedm částí. Například zákon upravoval čas, který mohou stanice věnovat reklamě. Konkrétně jde o 5% u provozovatelů ze zákona a 20% pro držitele licencí.²³

Zákon dále ustanovil Federální radu pro rozhlasové a televizní vysílání, která měla za úkol zastupovat zájmy veřejnosti a dbát na dodržování zákonů. Dále rada mohla udělovat a odnímat licence a udělovat sankce. Činnost rady byla však omezena pouze na provozovatele vysílání, kteří vysílali na celém území federace. To v důsledku znamenalo, že rada dohlížela pouze na Československý rozhlas a Československou televizi. Dalším důležitým krokem rady bylo udělení dvou licencí zahraničním subjektům, konkrétně Rádiu Svobodná Evropa a BBC World Service (tímto bylo přeměněno povolení federální vlády na standardní licence).^{24 25} Rada zanikla zánikem Československa, tedy dne 31. 12. 1992.²⁶ Kompetence převzala Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání a Rada Slovenskej republiky pre rozhlasové a televízne vysielanie. Zákon č. 468/1991 Sb. dodnes aplikuje Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání. Tento zákon byl již několikrát novelizován.

Provozovatelé ze zákona jsou média veřejné služby neboli veřejnoprávní média. V roce 1991 jimi byli Československý rozhlas, Československá televize, Český rozhlas a Česká televize. Provozovatelé ze zákona jsou podle §9 zákona č. 468/1991 povinni zajistit různorodost obsahu a mají ve svém celku vyjít vstříc zájmům všech vrstev obyvatelstva. Dále rozvíjet a zachovávat kulturní identitu národa, národnostních a etnických skupin a podporovat růst domácí a evropské audiovizuální tvorby.

²³ Česká a Slovenská federativní republika. Zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In: *468/1991 Sb.* 1991, 91. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=468&r=1991>

²⁴ JANOVSKEJ-DRÁŽĎANSKEJ, Karel. *Svobodná Evropa: - a nyní se už hlásí o slovo Karel Janovský-Drážďanský*. Ve Vimperku: Papyrus, 1995. ISBN 8085776480.

²⁵ MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

²⁶ Česká a Slovenská federativní republika. Zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In: *468/1991 Sb.* 1991, 91. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=468&r=1991>

Dalšími zákony, z listopadu 1991, byla Česká televize a Český rozhlas transformovány do veřejnoprávní podoby. Vstupem v platnost zákona č. 484/1991 Sb. vznikl Český rozhlas, dne 1. 1. 1992. Dále zákon definoval Radu ČRo, jednalo se o orgán na uplatňování práva veřejnosti na kontrolu tvorby a šíření programu Českého rozhlasu (rada má devět členů s funkčním obdobím na pět let). Dnes je Rada ČRo odpovědná poslanecké sněmovně (do roku 1992 byla odpovědná České národní radě). Upraveno bylo i financování Českého rozhlasu. Podíl reklamy byl snížen na maximálně 1%, ale byly zavedeny tzv. koncesionářské poplatky. Dalším příjmem může být i vlastní podnikatelská činnost.²⁷

Provozovatelé na základě licence jsou, podle zákona č. 468/1991 Sb., druhou složkou duálního systému. Držitelem licence se může stát právnická osoba, se sídlem na území ČSFR a musí být zapsána do obchodního rejstříku. Dále držitelem může být fyzická osoba s trvalým pobytem na území ČSFR. Fyzická osoba, v případě získání licence, se musí povinně zapsat do obchodního rejstříku.

Licence se získávají v licenčním řízení, které je upraveno zákonem č. 468/1991 Sb. Dále zákon diktuje podmínky udělení licence, její platnost, možnosti jejího odnětí či změny. Obsah žádosti je také přesně definován zákonem: musí obsahovat všechna identifikační data, doklad o vkladu účastníků a výši základního jmění, název stanice a podrobné informace o programu. Licence uděluje Federální rada pro rozhlasové a televizní vysílání.²⁸

Zákon č. 103/1992 Sb., který byl schválen 21. 2. 1992, umožnil vznik Rady České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání. Rada je orgán státní správy pro oblast elektronických médií, je samostatný a na vládě nezávislý. Devět členů bylo voleno na šestileté funkční období Českou národní radou, později Poslaneckou sněmovnou.

Činnost Rady měla být hrazena, podle zákona č. 103/1992 Sb., z rozpočtu České republiky.²⁹ Rozpočet ovšem s příslušným výdajem nepočítal, protože zákon byl

²⁷ MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

²⁸ Česká a Slovenská federativní republika. Zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In: *468/1991 Sb.* 1991, 91. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=468&r=1991>

²⁹ Česká a Slovenská federativní republika. Zákon České národní rady 103/1992 Sb. o Radě České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání. In: *103/1992 Sb.* 1992. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=103&r=1992>

schválen až v únoru. Činnost Rady musela být nouzově hrazena z rozpočtové rezervy. Rozpočet byl dodatečně schválen až 7. 10. 1992 a jednalo se o 3 000 000 korun, včetně původní zálohy.

Rada se musela v počátcích scházet v restauracích či v saloncích pražského Metra. Salónky zajistil Ing. Jiří Brož, který byl ekonomickým náměstkem pražského podniku Metro a veškeré vybavení, které k činnosti používali bylo vzato z domácností radních.

Do července 1992 vykonávali členové Rady funkci zdarma, první peníze, 1 000 000 korun, dorazily až čtyři měsíce po jejím ustanovení. Původně si Rada pronajala dvě kanceláře v Radiopaláci, ty ovšem nebyly dostatečné, a proto se Rada přesunula v únoru 1993 do budovy v Krátké ulici.³⁰

Dalším důležitým zákonem byl zákon o některých opatřeních v oblasti rozhlasového a televizního vysílání č. 36/1993, který přerozdělil vysílací sítě ve prospěch soukromých stanic.³¹ Přerozdělení proběhlo na úkor veřejnoprávního rozhlasu, šlo konkrétně o stanici ČRo 2, která tímto zákonem přišla o možnost šířit signál celoplošně v pásmu krátkých vln.³²

Dnes má rada pro rozhlasové a televizní vysílání 13 členů, kteří jsou voleni na 6 let. Členové rady jsou jmenováni a odvoláváni předsedou vlády na návrh Poslanecké sněmovny. Rada ze svých členů dále volí a odvolává předsedu a 3 místopředsedy.³³

³⁰ MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

³¹ Česká republika. Zákon České národní rady 36/1993 Sb. o některých opatřeních v oblasti rozhlasového a televizního vysílání. In: *36/1993 Sb.* 1992, 10. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=36&r=1993>

³² MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000*. Praha: Český rozhlas, 2000, s. 5-15. ISBN JD 1343/00-3.

³³ ČESKÁ REPUBLIKA. 231/2001 Sb. ZÁKON provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: *231/2001*. 2001. Dostupné také z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

1.2 RÁDIO EGRENSIS

Rádio Egrensis bylo prvním rádiem, kde se Leoš Mareš dostal k rozhlasovému mikrofonu. Po úspěšném absolvování konkurzu na moderátora zde strávil přes dva roky.

Vysílání rádia Egrensis začalo 1. 12. 1991, kdy jako jedno ze 27 soukromých rádií obdrželo tzv. zkušební licenci.³⁴ Rádio se profiluje jako rádio hudební a heslem je „Nejlepší hudba na Západě“. Stanice jako první v ČR zahájila vysílání na vlastním vysílači 1. 4. 1992.³⁵

Majitel rádia Antonín Hofmann v roce 1965 provozoval na kmitočtu 1500 kHz nelegální stanici Kleopatra. Do éteru pouštěl nahrávky z jiných zahraničních rádií pomocí vojenské techniky. Díky nulovému podílu mluveného slova se po odhalení záležitost nijak výrazně neřešila. Roku 1990 začal s původními spolupracovníky vysílat televizní pořad „Svobodné volby“.³⁶

Nakonec byl Antonín Hofman osloven členy z Radiokomunikací s nabídkou o legální vysílání. Po příjezdu do pražské Strakovky³⁷ se začalo řešit na čem, odkud a s kým se bude vysílat.³⁸ Hofman na začátky vzpomíná takto: „*Peníze jsme neměli, strýčka na západě také ne a o tom kde se dá co sehnat ani páru. Postavili jsme pod stožár s anténou 3 maringotky a kadibudku, z městského rozhlasu po drátě jsem dostal vyřazený pult a od radiokomunikací jsem si vypůjčil 50ti wattový budič. Anténu nabídly Radiokomunikace a tak se mohlo začít.*“³⁹ Další pomoc mu nabídl obchodník s televizní a rozhlasovou technikou pan Renninger. Sice ne zadarmo, ale díky němu mohli pokračovat a nakonec začít vysílat. Z počátku byl úspěch, když se povedlo zaplatit elektřinu a vyplatit mzdy. Stanice tedy zahájila vysílání, jako většina ostatních regionálních stanic, jen díky svépomoci a darům.⁴⁰

³⁴ PROHASKA, Jerry. *Radio Egrensis vysílá od roku 1991, je s námi „na Západě za každé nálady“*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/radio-egrensis-vysila-od-roku-1991-je-s-nami-na-zapade-za-kazde-nalady/

³⁵ RADIO EGRENSIS. *Nejlepší hudba na Západě*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.radioegrensis.cz/o-nas.html>

³⁶ PROHASKA, Jerry. *Radio Egrensis vysílá od roku 1991, je s námi „na Západě za každé nálady“*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/radio-egrensis-vysila-od-roku-1991-je-s-nami-na-zapade-za-kazde-nalady/

³⁷ Úřad vlády ČR.

³⁸ RADIOTV. *Průkopnické soukromé stanice – Rádio Egrensis*. [online]. 2006 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/prukopnicke-soukrome-stance-radio-egrensis/

³⁹ Tamtéž.

⁴⁰ Tamtéž.

Stanice byla od počátku nezávislá na poskytování radiotelekomunikačních služeb, jako jediné rádio v té době vysílalo pomocí vlastních technických prostředků, anténou počínaje a studiem konče. Nositel licence, komanditní společnost RTV Cheb, utvářela nová technická řešení a tyto řešení dále předávala.⁴¹ „*Jsem technik, vystudoval jsem elektrotechniku sice vojenskou, ale Marconi s tím problémem neměl a já v tom také problém nevidím. Problém je vždy jen v monopolech a regulátorech. Od první znělky až do současna si provozujeme vysílání sami tedy od 1. 12. 1991. To, že provoz vysílače nebude v režii Radiokomunikací, sice nesli těžko, ale na druhou stranu ani oni nebyli na věc připraveni a tak jim to jakoby nevadilo. To, že z hubeného výdělku nemusíme platit ještě za vysílače, byla výhra a kupodivu na to přišli i někteří kolegové. Snažil jsem se jim poradit a pokud čas dovolil i pomoci. Snad to ocení,*“ poznamenal Hofmann.⁴²

V roce 1994 odkoupila stanice od armády bývalou strážní věž na hoře Dyleň a po schválení kmitočtu 92,5 se z původně městské stanice stala stanice regionální. Dyleň leží několik set metrů od hranice s Německem a asi tři čtvrtě signálu tedy putuje do Německa. I tak je ale lokalita věže velmi výhodná. Signál je možné zachytit v Plzni, Klatovsku, na Lousku, Strakonicku ale i nedaleko Zdic u Berouna. Geograficky je výhled z vysílače na Německou stranu výhodnější než na domácí, to si též uvědomovali Němci a projevíli svůj zájem o vysílač. Český telekomunikační úřad ale prodej nepovolil. Lidé, kteří jezdí za prací do sousedního Německa si signál rádia Egrensis v Německu chválí.

Karlovarský kraj má nejmenší počet obyvatel v republice. Stanice usiluje o oslovení co největšího počtu posluchačů a proto se snaží o pestrou hudební skladbu. Během písniček na přání je možné slyšet vše, od rockové, metalové hudby po oldies nebo klasický pop. Večer nastupuje do vysílání spíše alternativní hudba, elektronická, taneční nebo černošská. Do vysílání je zařazována mexická radionovela s osobnostmi: Doña Mimoña, Juan Perveréz a Don Seladin. Cílem je odlehčení programu.⁴³

⁴¹ PROHASKA, Jerry. *Radio Egrensis vysílá od roku 1991, je s námi „na Západě za každé nálady“*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/radio-egrensis-vysila-od-roku-1991-je-s-nami-na-zapade-za-kazde-nalady/

⁴² RADIOTV. *Průkopnické soukromé stanice – Rádio Egrensis*. [online]. 2006 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/prukopnicke-soukrome-stance-radio-egrensis/

⁴³ RADIOTV. *Průkopnické soukromé stanice – Rádio Egrensis*. [online]. 2006 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/prukopnicke-soukrome-stance-radio-egrensis/

Stanice vychovala několik mediálních osobností, Leoš Mareš zde moderoval dva roky a získal zde zkušenosti, které později využil na Evropě 2.⁴⁴ Další osobností, která začala svou kariéru na rádiu Egrensis je Vladimír Keblůšek, který dnes pracuje v České televizi.⁴⁵ Egrensis byla i jedna z prvních stanic, která byla připravena na přechod na digitální vysílání ihned po jeho spuštění. Rádio jako první v ČR umožnilo vysílání i jiným významným subjektům v radiotelekomunikační oblasti, když před 18 lety postavila vysílač velkého výkonu pro rádiové a televizní vysílání.

Dle poslechovosti z roku 2011 je rádio Egrensis nejposlouchanější regionální stanicí v Karlovarském kraji se 38 000 posluchači denně, týdně je to kolem 68 000 posluchačů. Celostátně si stanici naladí denně 42 000 a týdně 81 000 posluchačů.⁴⁶

Dodnes je stanice, jako jedna z mála, vlastněna českým vlastníkem a nespadá pod žádnou mediální skupinu. Trend je ovšem takový, že stále více stanic je slučováno do sítí a posluchači tak přijdou o diverzitu hudebního vysílání. Po sloučení většina stanic změní programovou skladbu a hrají téměř stejné skladby a liší se pak pouze vstupy moderátorů. *„Každé rádio je svébytný samostatný subjekt, má proto právo rozhodnout jaký program bude vysílat. Duální vysílání bylo spouštěno také proto, aby přece jenom nešlo éterem: posloucháte pořad Prahy 1 a ostatních připojených stanic. Toto co se děje je především problém Rady. Bůh ví, že odolávat chceme a za svoji samostatnost budeme vždy bojovat,“* okomentoval situaci Hofmann.⁴⁷

Každoročně se na Dyleň konal výstup, s následnou prohlídkou vysílací věže. Dnes již areál přístupný není. *„Dyleňský areál je především radiokomunikační středisko, tomu je podřízen i režim ochrany a zabezpečení. Jsou zde provozovatelé sítí, které mají vysokou důležitost a jejich poškození by mělo fatální důsledky. Pochody a setkávání na Dyleni skončilo proto, že odbor životního prostředí v Mariánských lázních a Lesy České republiky –správa polesí si to nepřejí a nepovolují tato setkávání nadále organizovat,“* vysvětlil Hofmann.⁴⁸

⁴⁴ RADIOTV. *Z nuly až na vrchol: Příběh o Leoši Marešovi*. [online]. 2004 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_personalistika/z-nuly-az-na-vrchol-pribeh-o-leosi-maresovi/

⁴⁵ Osudy a tváře Chebu. *Interaktivní encyklopedie města Chebu* [online]. 2011 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z: <http://encyklopedie.cheb.cz/cz/osudy/vladimir-keblusek>

⁴⁶ PROHASKA, Jerry. *Radio Egrensis vysílá od roku 1991, je s námi „na Západě za každé nálady“*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/radio-egrensis-vysila-od-roku-1991-je-s-nami-na-zapade-za-kazde-nalady/

⁴⁷ RADIOTV. *Průkopnické soukromé stanice – Rádio Egrensis*. [online]. 2006 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/prukopnicke-soukrome-stance-radio-egrensis/

⁴⁸ Tamtéž.

1.3 EVROPA 2 A MICHEL FLEISCHMANN

V druhé polovině března, konkrétně v noci z 20. na 21. 3. 1990 začala vysílat stanice Evropa 2, která je tímto považována za první privátní stanici v České republice. Někdy je chybně uváděno Rádio Stalin (později Radio 1) jako první privátní stanice, ovšem legálně tato stanice vysílá až od února 1991.⁴⁹

V počátcích Evropa 2 spolupracovala s Československým rozhlasem a vysílala převážně přebrané francouzské vysílání s českými vstupy. Stanice získala nově uvolněnou frekvenci 88,2 FM. Na vzniku má hlavní zásluhu Michel Fleischmann, který roku 1968 emigroval s rodiči do Francie. Zde získal zkušenosti jako asistent režie ve francouzském veřejnoprávním rádiu, ještě předtím ale vystudoval prestižní pařížskou Sorbonnu, kde studoval sociologii a moderní francouzskou literaturu.⁵⁰

Pracovníci Československého rozhlasu ale se spoluprací s rádiem nebyli nadšeni, francouzská společnost měla pouze dodat obsah a technologii a o zbytek se již měl starat rozhlas. V roce 1991 získala Evropa 2 experimentální licenci a od 10. 6. 1991 vysílá plně česky. První moderátorský vstup uvedl Vítek Pokorný a právě on provázel ranním vysíláním posluchače při počátcích rádia. Klasická ranní show, jak ji známe dnes ještě neexistovala. Jednalo se hlavně o skladby z 80. let, počasí, zprávy a soutěže. Zpočátku byl hudební playlist tvořen intuitivně, nikoli na základě průzkumů, jak je tomu dnes. Pracoval na něm Adam Hahn a Josef Vlček, jednou z prvních skladeb byla píseň od skupiny Berlin. Dále na rádiu byly vysílány pop-jazzové večery s Romanem Holým a hitparádu vedl Martin Hrdinka.

Cílovou skupinou byly lidé kolem 20 let, dnes se rádio zaměřuje na věkovou kategorii 12–29 let. Poměrně vysoká byla i rotace písní (dříve přes 60 hodin, dnes 4 hodiny).

Milostné vzkazy vedené Martinou Adamcovou zpočátku neměly velký úspěch, někdy si Adamcova musela vzkazy i vymýšlet. Později si ale pořad získal velký počet posluchačů.⁵¹

⁴⁹ PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

⁵⁰ PETERA, Martin. *Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>

⁵¹ PETERA, Martin. *Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>

Roku 1992 nastupuje nová originální zvuková grafika a nápadité jingly: Kočka leze dírou, Yellow submarine, No satisfaction, Rendezvous a i delší vánoční jingl.⁵² Nebo jingly namluvené silným hlasem malé holčičky Vendulka.

Evropa 2 mimo hudby vysílala i mluvené slovo a rubriky. Mezi ně patřily rubriky jako „Pavlač“, vedená Luděkem Hrzalem, s informacemi ze showbusinessu. V letech 1993–1996 Václav Moravec moderoval zprávy a nedělní talk-show „Hvězdy na Evropě 2.“⁵³

1.3.1 EVROPA 2 A TĚŽKEJ POKONDR

Klasická „Ranní show“, tedy jak ji známe dnes, startuje roku 1995. Duo Těžkej Pokondr⁵⁴ začínají řídit ranní blok a Evropa 2 se stává jednou z prvních stanicích, které opouštějí od modelu jednoho moderátora. „Ranní show“ postavili na zábavných rubrikách, soutěžích a další novinkou byly telefonní tzv. „nachytávky“ posluchačů. „Ranní show“ měla i svoji vlastní zvukovou grafiku odlišnou od zbylého vysílání a od ledna 1996 se ráno objevuje Ondřej Hejma se svojí půlhodinkou. Těžkej Pokondr se ale po dvou letech rozhodl svoji účast v „Ranní show“ ukončit.

Nejenom ranní, ale i odpolední vysílání bylo revoluční. Petr Král uváděl „Pecky po patnácté - aneb každý den jiná hitparáda“ v čase 15–17 hodin. Dalším blokem, který Král vedl byl program devadesátá po desáté.

Dalšími novinkami byl blok „Milujte se s nasazením“, uváděn dvojicí Pavel Anděl, Luděk Hrzal. Druhý jmenovaný nakonec vedl i drsnější verzi „Sex je náš“. Martin Veselovský, který vedl od roku 1993 víkendová rána, přešel roku 1996 na vysílání ve všední dny a to v čase 9–12 hodin.⁵⁵

Po odchodu Jiřího Hrabáka usedl roku 1997 do programového křesla Miloš Pokorný a Roman Ondráček obsadil pozici hudebního dramaturga. Dvojice experimentovala, stejně jako v ranním vysílání a jejich rukopis se razantně promítl do

⁵² PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2.* [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

⁵³ PETERA, Martin. *Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>

⁵⁴ Miloš Pokorný a Roman Ondráček.

⁵⁵ PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2.* [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

změn.⁵⁶ Začali vysílat brit-pop, změnili zvukovou stránku se sloganem „Evropa 2 - pro mě to nejlepší" a do „Ranní show" po nich nastoupil Dalibor Gondík. Později se do „Ranní show" přidala jeho sestra Adéla a vznikla show „Gondix Family".⁵⁷ Jejich styl se lišil od předešlé dvojice Těžkého Pokondru, Dalibor hrál chytrého a Adélka hrála hloupější, mladší sestru. Jejich účinkování skončilo po obdržení nabídky na moderování Snídaně s Novou. Mezi další novinku roku 1997 byl taneční speciál „Dance Extravaganza", který vedl Martin Řeřicha. Pořad začínal každou sobotu v osm večer a trval dvě hodiny. Čas i tvůrci se několikrát změnili, ale formát „Dance Extravaganzy" zůstal a dnes jej můžeme naladit od 22:00 do 4:00, stále v sobotu.⁵⁸

1.3.2 EVROPA 2 A PŘÍCHOD LEOŠE MAREŠE

Roku 1998 přišel do Evropy 2 Leoš Mareš, který v rádiu pracuje dodnes, a začíná nový formát „Sexiček live" pod taktovkou Karla Rychlého a Doktora Bubna. Ze začátku se jednalo o soft verzi erotické show, později ale show přitvrdila a z cudného programu se stal program kontroverzní, ale i přesto legendární. Při této změně byl Karel Rychlý vystřídán Luďkem Hrzalem a program byl prodloužen do jedné hodiny ranní. Program používal mluvu i způsoby blízké mladé populaci, posluchači se tak mohli bez odborných výrazů dozvědět něco poučného a zajímavého z erotiky. Do vysílání se pravidelně začali zařazovat hudební koncerty kapel jako U2 nebo Spice Girls.⁵⁹

V roce 1999 dochází k centralizaci programu, zároveň pomalu ustupuje noční regionální vysílání. Evropa 2 se tím stává celorepublikovou stanicí a začíná se více zaměřovat na odvážnější kousky pro mladší generaci. Původní cílová skupina 20–35 let, se nyní změnila na 12–30 let. S tím ale nesouhlasilo duo Těžkej Pokondr a stanici opustili, následoval je i Karel Rychlý, Petra Hrabánková a další moderátoři. Na post programového ředitele nastoupil Petr Žižka a vytvořil dvojici Leoš Mareš – Patrik

⁵⁶ PETERA, Martin. *Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>

⁵⁷ POKORNÝ, Miloš. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha A.

⁵⁸ PETERA, Martin. *Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>

⁵⁹ PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

Hezucký. Hudebním dramaturgem se stal Radek Sedláček. Dvojice Mareš – Hezucký začali v „Ranní show“ nový pořad „Mrázek ústředna“ a přibyla k nim i Renata Kajdžas z Karlových Varů. „Ranní show“ se stává fenoménem a přibývá i další pořad jako „Ořechovka 90110“, který parodoval aktuální společenské dění v České republice. Vznikl i pořad „Millenium“ Ondřeje Hejmy, který měl za cíl mapovat hudební dění v letech 1955–1999. Každý díl se věnoval jednomu roku a byl vysílán od úterý do čtvrtka, vždy od 20:00 do 21:00 hodin až do Silvestra 1999. Michel Fleischmann pro týdeník Strategie řekl: *„Naším prvním krokem, jakmile jsme v noci z 20. na 21. března 1990 začali, bylo předložit našim tehdejším partnerům, tedy Československému rozhlasu, plán na vybudování sítě Evropy 2. Teprve při udělení licencí, začátkem roku 1991, a po založení první Rady pro rozhlasové a televizní vysílání jsme mohli tento projekt začít uskutečňovat. Po pravdě řečeno, rada si s tím nevěděla rady. Na druhé straně euforie lokálního kutilství v rádiích byla nesmírná a zcela sympatická.“*⁶⁰

1.3.3 EVROPA 2 PO ODCHODU TĚŽKÉHO POKONDROU

Vysílání Evropy 2 je možné naladit od roku 2000 i na Moravě, v Brně a Ostravě. Tím je vysílání téměř kompletně centralizováno. Jan Musil založil talk-show „Větrák“, která se vysílala mezi 20:00 až 22:00 hodinou od pondělí do čtvrtka, ovšem byla brzy zrušena, údajně předběhla dobu. Objevila se velká poptávka po tzv. „černé muzice“ a v roce 2003 vznikl pořad „Groove“.

Evropa 2 nadále podporuje pořady ve formátu talk-show a roku 2004 vznikl pořad „Zusanight“, který vedla Zuzana Belohorcová. Pořad měl stejný vysílací čas jako „Větrák“ a stejně jako on neměl dlouhého trvání.

„Práca v rozhlasovej stanici Evropa 2 bola skvelou skúsenosťou a odnášam si len tie najlepšie spomienky,“ uvedla Zuzana Belohorcová. *„Žiaľ projekty, na ktorých momentálne pracujem, mi nedovoľujú, aby som stíhala show vysielanú denne. Poslucháčom, ktorí program Zusanight sledovali, chcem poďakovať za priazeň a skvelé ohlasy.“* Po odchodu Belohorcové, z časových důvodů, přišel Libor Bouček s novou talk-show „Vyndej to!“ a o něco později se jeho kolegou stal Marek Gregr.

⁶⁰ PETERA, Martin. *Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>

V té době usedá do programového křesla Petr Vladyka. Po odchodu hudebního dramaturga Radka Sedláčka v roce 2005, přišla dvojice nových programátorů Martin Krempa a Lenka Sýkorová.⁶¹

1.3.4 MAXXIMUM MUZIKY

Logo Evropa 2 změnila až v březnu 2006. Celé rádio bylo hlavně ve znamení Leoše Mareše a Patrika Hezuckého, spolu se sloganem „Maximum muziky“ a internetových aktivit. Stanice se stále více snažila o agresivnější hudební formát, častější rotace písniček totiž mladou generaci láká více, alespoň tomu naznačují výsledky poslechovosti. Příležitostně je do vysílání zařazována i hudba z 90. let. O rok později spustila stanice 3 internetová rádia s taneční, černou a rockovou muzikou a o další rok později se přidala i stanice s retro hudbou. Mezi další specializované streamy⁶² patří HOT 20, TOP40 a jiné. Roku 2009 vznikla slovenská mutace Evropy 2 a nahradila tím Rádio OKEY.⁶³ Hlavním důvodem úspěchu Evropy 2 je podle Fleischmanna dlouhodobé budování značky: „*Evropa 2 je osvědčená a stabilní značka, která je synonymem pro MaXXimum Muziky. Tento slogan oslovuje stále více a více lidí. Evropa 2 je unikátním mixem aktuální muziky a vystupování moderátorů a všech dalších aktivit, které kolem sebe toto rádio sdružuje, ať už jsou to webová prezentace či výjezdní akce do regionů apod. Reklamní kampaně mají také svůj díl úspěchu, neboť jimi sdělujeme potenciálním posluchačům, že Evropa 2 jim servíruje skutečné MaXXimum Muziky. A když nás pak tito noví posluchači naladí, tak zjistí, že tomu tak přesně je. Evropa 2 je tedy značka, která marketingově funguje a lidé v ní spatřují záruku, že jim přinese očekávanou hodnotu. Na tom chceme stavět i do budoucna.*“⁶⁴

⁶¹ PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-27].

Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

⁶² Streaming je technologie kontinuálního přenosu audiovizuálního materiálu mezi zdrojem a koncovým uživatelem. V současné době se streamingu využívá především pro přenášení audiovizuálního materiálu po internetu (webcasting). Webcasting může probíhat v reálném čase (internetová televize nebo rádio), nebo systémem Video on demand (např. YouTube).

⁶³ PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-27].

Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

⁶⁴ DRESLER, Radek. *Evropa 2 na maxximu aneb 16 let cesty na vrchol*. [online]. 2006 [cit. 2015-03-01].

Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/evropa-2-na-maxximu-aneb-16-let-cesty-na-vrchol/

Výhodou je i podle Michala Zelenky cílová skupina rádia: „Výsledkem je strukturálně i obsahově čistý produkt, který z hlediska věku posluchačů začíná „na kraji“, takže je velmi těžké dostat se pod jeho spodní okraj (12 – 16 let). Zeptejte se třeba Impulsu jaké to je, když vás pořád někdo atakuje zespodu i ze shora.“⁶⁵

V roce 2010 „Ranní show“ poslouchalo přes 600 tisíc posluchačů denně, i přesto se spekovalo o jejím konci, načež Petr Vladyka řekl: „Co se týče životnosti „Ranní show“ Evropy 2, říkám upřímně, že ji nijak přesněji odhadnout nedovedu, ale dokud budou Leoš, Patrik a Lucie „národ“ bavit tak, jako je tomu doposud, nemám o budoucnost naší „Ranní show“ nejmenší obavu,“ uvedl loni pro RadioTV ředitel Vladyka a navíc ke spekulacím dodal: „Tahle branže je podobných nepřejících spekulací bohužel plná, takže mě ani nepřekvapuje, že se jejich terčem pravidelně stává i naše „Ranní show“... Na druhé straně ale z podobných signálů usuzuji, že „Ranní show“ Evropy 2 je bezesporu jedním ze zásadních hráčů v českém éteru... Leoš Mareš a spol. jsou bez diskuse unikátním fenoménem napříč celým českým éterem, čili případné zrušení našeho ranního drajvu je naprosto absurdní představa.“⁶⁶

Jitka Fürstová se stala roku 2013 ředitelkou Evropy 2, na tuto pozici ji doporučil předešlý šéf Petr Vladyka s moderátorem Liborem Boučkem. „Vrátila jsem se tam, kde jsem po absolvování mediálních studií v roce 2005 začínala. Tenkrát jsem měla na starosti například marketingové výzkumy všech rádií, která pod společnost Lagardere patřila - tedy Frekvence 1, Evropa 2, Rádio Bonton, Info DJ rádia a slovenské Rádio OKEY. Ačkoliv jsem po třech letech odešla, sledovala jsem vysílání pořad a pro Evropu 2 jsem zpracovávala analýzy rozhlasového trhu,“ řekla Fürstová k nabídce.⁶⁷ Po jejím příchodu vytvořila odpolední show „Refresh“ pro Libora Boučka, v čase od patnácti do šestnácti hodin. A od září zde začala pracovat nová dvojice Tomáš Novotný a Tomáš Zástěra. Novou rubriku „Bombucman“ vede Jakub Kohák a změna se projevila i na zvukovém obalu, hlavním hlasem Evropy 2 se stala Celeste Buckingham. Rok 2013 dále přinesl vlastní „Hudební ceny Evropy2“. „S myšlenkou uspořádat hudební ceny si pohráváme už dlouho. Letos jsme ji ale uskutečnili a rozhodli

⁶⁵ Tamtéž.

⁶⁶ PETERA, Martin. 20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2. [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/

⁶⁷ NEZVALOVÁ, Mirka. Jitku Fürstová lákala fyzika, nakonec je šéfkou rádia Evropa 2. [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://budejovice.idnes.cz/programova-reditelka-evropy-2-d2b-/budejovice-zpravy.aspx?c=A130113_100202_budejovice-zpravy_khr

se v den našich narozenin udělat radost nejen posluchačům, ale i interpretům a hudebním vydavatelstvím. Evropa 2 je na české hudební scéně brána jako trendseller - jako první nasazujeme zahraniční novinky a podporujeme řadu českých nebo slovenských projektů. Podle výzkumů jsme nejposlouchanější hudební rádio v České republice. Proto bychom rádi shrnuli, co za poslední rok bylo v hudební branži nejvíc IN nejen z pohledu našeho, ale i z pohledu našich posluchačů," řekla k Hudebním cenám Evropy 2 ředitelka rádia Jitka Fürst. Od ledna 2014 řídí Fürstová i sloveskou odnož Evropy 2.⁶⁸

V polovině roku 2014 rozšířila Evropa 2 „Ranní show" i na víkendy. Za mikrofon usedá Zorka Hejdová, Tomáš Zástěra a Jindřich Ekl každou sobotu a neděli od 7:00 do 10:00 hodin. „Dlouhodobě máme nejúspěšnější ranní show českého éteru s Leošem Marešem a Patrikem Hezuckým. V souladu s tradicí přicházíme i s novým konceptem pro víkendové vysílání. Očekáváme od něj programové zpestření, přinášíme zajímavý obsah pro posluchače, ale i rozšíření zajímavých pozic pro naše klienty do víkendového vysílání. V obou případech reagujeme na poptávku trhu," říká ředitelka rádia Jitka Fürst.⁶⁹ Složení „Ranní show" ve všední dny zůstává stejné.⁷⁰

⁶⁸ PETERA, Martin. Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let. *Marketing & Media* [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>

⁶⁹ IHNED. *Evropa 2 zařazuje jako jediné rádio víkendovou ranní show*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-63003180-evropa-2-zarazuje-jako-jedine-radio-vikendovou-ranni-show>

⁷⁰ BRYCHTA, Jan. *Ředitelka Evropy 2 Jitka Fürst: České posluchače už jsme si vychovali*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-63545160-reditelka-evropy-2-jitka-furst-ceske-posluchace-uz-jsme-si-vychovali>

2 ZÁKLADNÍ PRINCIPY ROZHLASOVÉ KOMUNIKACE

Rozhlas, na rozdíl od televize poskytuje pouze jeden smyslový vjem, zvuk. Prostorová akustika má tedy náročnější parametry než u televize a filmů, kde je zvuk pouze doprovodný. Mezi fáze rozhlasové výroby řadíme čtyři bloky: 1. blok: přípravu programu a jeho tvůrčí psaní, 2. blok: výrobu pořadů převážně formou zvukového záznamu, 3. blok: technickou část výroby pořadů, úpravy záznamů, sestřihy, doplnění efektů apod., postprodukce, 4. blok: odbavování programu.

Budova, ze které rozhlas vysílá, je speciální jednoúčelová stavba. Vnější hluk musí být odizolován a tudíž se zde kladou vysoké nároky na vybavení a technické prostředí stavby. Výhodou je i možnost budovu dále rozšiřovat, přistavovat další budovy nebo objekty. Důraz se klade i na možnost snadného parkování pro zaměstnance a účinkující.

Všeobecně budovu/komplex rozhlasu můžeme rozdělit na:

- rozptylové a nástupní prostory a plochy, dále i parkoviště pro návštěvníky
- sociální zázemí (včetně stravování), správa, řízení
- programová tvorba, redakce
- korepetice (= nacvičování nebo opakování pěveckých, hudebních, baletních úloh v divadle, případně se žákem doma), zkušebny, příslušenství na tvorbu
- zpravodajská a diskusní studia
- objekt zabývající se hudebními studii
- objekt zabývající se slovesnými studii
- archivy, fonotéka, technická služba, vysílací a záznamová pracoviště, ústřední technická kontrola
- místnost pro přenos signálu
- informační a komunikační technologie
- energetické rozhraní - teplo/chlad, klimatizace, elektroinstalace
- správně-hospodářský komplex, údržba areálu, doprava, administrativa, sklady materiálu

Většiny soukromých stanic jsou umístěny v budovách různých vlastníků a vysílací prostory si tedy na vlastní náklady musely stanice upravit podle svých finančních možností.

Místnosti, ze kterých probíhá vysílání musí podléhat akustickým normám, které minimalizují hluk pozadí a používá se zde termín „dům v domě“ a optimalizují dobu dozvuku. Musí být udržované konstantní mikroklima, je zapotřebí speciálních klimatizací, které jsou naprosto bezhlučné a nevytváří termické šumy. Dnešní mikrofony jsou až příliš citlivé a používání běžných klimatizací není možné. Dále je důležité oddělit rozhlasově-technologickou elektroinstalaci od silové, aby parazitní proudy nebo rušivé signály nemohly pronikat do vysílání.⁷¹

⁷¹ Novák, Jan. *Urbanismus a architektura studiových center*. Praha: Čs. televize, 1972. 54, [2] s. (http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000448638&local_base=skc)

3 MODEROVÁNÍ

Dle latinského slovníku nalezneme čtyři příbuzné pojmy:

1. Moderatus znamená mírný, umírněný a klidný.
2. Moderatio lze přeložit jako usměrnění, umírněnost a sebeovládání.
3. Moderator znamená krotitel, řidič, určovatel a usměřňovatel.
4. Moderor je vysvětleno jako krotit, mírnit, zdržovat a řídit.⁷²

Historicky je znám i pojem „moderace“, někdy nesprávně používán i dnes, který ovšem nemá s moderováním nic společného.

V dnešní době chápeme moderátora jako tvůrčího pracovníka, který v rámci své profese spojuje několik tradičních profesí z rozhlasu či televize: redaktorskou, reportérskou, hlasatelskou, komentátorskou a někdy i částečně dramaturgickou a režisérskou. Prosazují se hlavně v živém vysílání. Moderátor je často prostředníkem mezi účastníky pořadu nebo akce a jejich diváky či posluchači. V praxi interpretují již předem připravené texty, ovšem je důležitá i jejich osobitá schopnost improvizace, založená na širokém všeobecném přehledu a znalosti v oboru.^{73 74}

Nejčastější chyby, které se u moderátorů objevují, jsou: pasivita, nedostatečná připravenost provázána s trémou a stresem, neschopnost zvládat krizové situace, neschopnost improvizace, neznalost prostředí akce a účastníků, snaha upoutání pozornosti více na sebe, než na téma akce, neschopnost krátce a přesně formulovat myšlenky a otázky, nedodržování mantinelů slušného chování a neschopnost pohotově reagovat na dotazy, v případě moderátorské dvojice nesprávně rozdělení scénáře a skákání si do řeči.

Základními vlastnostmi moderátora jsou:

1. ctižádostivý
2. sečtělý
3. dobře připravený
4. schopen správně mluvit - artikulovat, správně formulovat
5. pohledný - mající charisma

⁷² LANGR, Ladislav. *Moderování*. Praha: Vyšší odborná škola herecká, skripta, 2005. s. 9.

⁷³ VERNER, Pavel. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 93-94. ISBN 978-80-86723-87-7.

⁷⁴ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 121. ISBN 978-80-7277-266-7.

6. celkově upravený, vhodně oblečený
7. znalý osobnosti respondentů
8. vnímající přítomnou cílovou skupinou a její priority
9. přizpůsobivý
10. společenský

Samotné typy moderování můžeme dělit podle místa určení a způsobu realizace. Dle místa určení dělíme moderování na uzavřené - v úzkém omezeném kruhu, například se jedná o tiskovou rozhlasovou nebo televizní konferenci, firemní poradou. Dále moderování otevřené, například na sportovních a společenských akcích, besedách nebo konferencích.

Dle způsobu realizace rozeznáváme live a předtočené moderování. U live moderování se klade vysoký důraz na kvalitu, hlavně problémy spojené se stresem. Co moderátor řekne, již nelze vrátit a jsou zde vysoké nároky na momentální znalosti. Předtočená realizace moderování má výhodu v možnosti vystřížení nebo přetočení selhání moderátora. Diskuze a otázky si může moderátor natrénovat a zpracování lze upravit. Nevýhodou je nekontrolovatelné zkreslení, způsobené například špatným střihem.

Všeobecně můžeme podmínky moderování rozdělit do tří fází: přípravná, realizační, vyhodnocovací. Moderátor by měl spolupracovat na přípravě scénáře, aby vyhovoval jeho schopnostem, představám a možnostem moderních prvků prezentací, které jsou atraktivnější pro diváky. Dále by měl být moderátor seznámen s tématem akce a cílovou skupinou, která bude na akci přítomna. Důležité je také seznámit se s místem akce, znát prostředí, klima, dostupností místa, světelné a zvukové podmínky. V druhé, realizační fázi je důležitá korekce připravených bodů podle scénáře se skutečným stavem. To znamená sledovat kdo dorazil jako respondent, jaké je přijímací publikum, jeho chování a zda jsou splněny dohodnuté podmínky pro průběh akce. Například se vyplatí nechat si nějaké zajímavosti k diskuzi, neříkat vše na začátku. Po akci je důležité svůj výkon vyhodnotit, například sledováním záznamu.⁷⁵

⁷⁵ VELEBNÝ, Jiří. Přednáška na téma Moderování. 2014.

4 RÉTORIKA

Rétorika, z latinského slova rhési znamenající řeč, má původ v antickém Řecku, kde bylo řečnictví hlavní součástí veřejného života. O Athéňanech se říká, že milovali krásu mluveného slova. I před soudem musel člověk přednést svou obhajobu, řeč soudní, sám.⁷⁶ Pro člověka se v antice užívalo označení člověk mluvící, neboli homo loquens.⁷⁷

První dochovaná zmínka o rétorice pochází z 5. století př. n. l. a byla považována za formu umění, vedle dramatu, sochařství, stavitelství a hudby. Byla založena i první škola rétoriky, sicilským Řekem Gorgias z Leontin, ve které se snažili upravit umění řeči na takovou úroveň, že by se mohla svým půvabem a krásou vyrovnat básnictví. Athéňan Isokrat, sofista, sice ctěl tradiční řeckou morálku, na které je založena pozdější teorie a praxe stylistiky, ale spíše upřednostňoval o řečnickou obratnost, nikoli obsah. Další antický vývoj ovlivnil Sokrates, svým charakteristickým postupem vedení dialogu. Platón se soustředil hlavně na morálku řečníka a jeho odpovědnost. Jako první považuje rétoriku jako ucelený systém vědění.⁷⁸ Aristoteles chápal rétoriku jako vědu, nikoli jako umění a věřil, že hlavním účelem rétoriky je hledání cesty k pravdě. K té jej měly dovést argumenty: apodiktické, dialektické a rétorické. Dále myšlenkové postupy: indukce a dedukce. Varuje i před klamnými argumenty, které vznikají při záměrné nebo nezáměrné chybné interpretaci jazyka nebo chybných premis. Tyto argumenty pak vedou k chybným úsudkům.⁷⁹

Ve spisu *Rétorika* uvedl několik zásad řečnického projevu, které platí dodnes:

1. Invence - cílem řečníka je shromáždit všechny podklady, dokumenty a data pro vystoupení.
2. Styl - jaký způsob řeči styl projevu musí řečník založit podle: lidí, kteří jej budou poslouchat a charakter projevu, například poučný, oslavný, humorný...

⁷⁶ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 16. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁷⁷ ŽANTOVSKÁ, Irena. *Jazyková komunikace v dějinách lidstva*. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 11. ISBN 978-80-86723-55-6.

⁷⁸ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 16-17. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁷⁹ ŽANTOVSKÁ, Irena. *Jazyková komunikace v dějinách lidstva*. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 20-25. ISBN 978-80-86723-55-6.

3. Zapamatování - řečník si může pomoci psaným textem, ale samotný přednes si musí zapamatovat aby mohl hovořit v kontaktu s lidmi.
4. Přednes - záleží na charisma a osobnosti řečníka, musí zvolit správné prostředky aby mu lidé rozuměli (správná artikulace), aby jej slyšeli (síla hlasu), chápali posloupnost jeho argumentů a tedy přijali jeho stanoviska a pohled na věc.⁸⁰

Nejznámějším řečníkem v celém Řecku byl Demosthenes, který překonal svůj slabý hlas, potíže s dýcháním, špatnou výslovnost i tik v rameni pravidelným trénováním. Jeho přednesy obsahovaly krátké, ale úderné věty, které byly jasné a srozumitelné všem posluchačům.⁸¹ Při projevech používal přirovnání, metafory a hlavně řečnické otázky. Jeho přednesy byly vzorem pro mnoho generací v Řecku ale i v Římě.⁸² Často je připomínán díky svému citátu, že „...básníkem se člověk rodí, řečníkem stává...“⁸³

Marcus Tullius Cicero, který navázal na Demosthenes, napsal úvahu nazvanou „O řečníkovi“. V díle řešil především řečnickovu povinnost pečovat o estetiku řeči a hájit její mravnost.⁸⁴ Jeho promyšlená argumentace při soudních a politických řečech byla považována jako mistrovské dílo pro jeho současníky. Ve dvanáctisvazkovém díle o rétorice, „Institutio oratoria“, shrnul Marcus Fabius Quintilianus poznatky z více než 500 let trvající antické rétoriky. Stal se také prvním placeným učitelem rétoriky a jeho poznatky používaly evropské školy ještě dlouho po zániku antického světa. Pro středověkou rétoriku jsou jeho učebnice hlavním pramenem.⁸⁵ „*Řečník Cicero říkal, a říkal pravdu, že je třeba mluvit tak, aby řečník posluchače poučil, potěšil a dojal. Potom dodal, že učit je nutné, potěšit je příjemné a dojmout znamená zvítězit. První cíl, to je vlastně nutnost vzdělávat, přinášet o každé myšlence, kterou vykládáme, dvě další o tom, jak ji můžeme vyjádřit. Potom, když chce řečník posluchače poučit a cítí, že ho*

80 BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 16-17. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

81 ŠPAČKOVÁ, Alena. *Moderní rétorika: jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. 3., dopl. vyd. Praha: Grada, c2009, s. 12-13. Poradce pro praxi. ISBN 978-80-247-2965-7.

82 BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 17-18. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

83 ŽANTOVSKÁ, Irena. *Jazyková komunikace v dějinách lidstva*. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 13. ISBN 978-80-86723-55-6.

84 CICERO, Marcus Tullius a Harold C GOTOFF. *Cicero's Caesarian speeches: a stylistic commentary*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, c1993, s. 94. ISBN 0807844071.

85 BALLIF, Michelle a Michael G MORAN. *Classical rhetorics and rhetoricians: critical studies and sources*. Westport, Conn.: Praeger, 2005, s. 101. ISBN 0313321787.

posluchač nechápe, má se tvářit, jako vy mu ještě neřekl to, co vlastně říci chtěl. Když však chce svého posluchače dojmout, neuspěje, pokud si nebude dávat záležet na tom, jak mluví."⁸⁶

Autorem první české rétoriky byl Jan Blahoslav. Dílo navazovalo na „Deklaraci na gramatiku českou" a byla rozdělena na dvě části, „Ctnosti kazatelů" a „Vady kazatelů". Historicky druhá česká rétorika byla od autora Šimon Jelen Sušický. Roku 1348 vznikla první česká univerzita a rétorika, pod názvem „mluvokrása", se stala součástí studijních osnov. J. A. Komenský ve své učebnici Zpráva a naučení o kazatelství odkazuje na Ciceronovy a Quintilianovy antické základy⁸⁷ a rozšiřuje 4 zásady mistrovské řeči:

1. Hojnost - neboli bohatství slov. Ten kdo mluví, musí znát původ a význam slova, odkud které slovo pochází. Také umět používat synonyma a umění opisu (periphrasis - umění hovořit, aby každý rozuměl co říká)
2. Světlost - neboli srozumitelnost. Hlavní důraz na srozumitelnost závěru, spíše shrnout co již bylo řečeno.
3. Líbeznost - znamená použití příjemného hlasu, gestech, obsahu řeči, ironii a srozumitelných přirovnáních. Ohledně gest, Komenský považoval uměřenost za nejlepší.
4. Mocnost - síla slova, které má člověka zasáhnout hluboko a „pohnout s ním". Důležitá je opravdovost řeči, její pravdivost, ve kterou řečník sám věří. Nesmí způsobovat úhonu.

Komenského myšlenky mají uplatnění i v dnešní rétorické praxi, hlavně jeho požadavek na znalost řeči.⁸⁸ V době obrozenecké měl na řečnické umění vliv Josef Dobrovský ale hlavně Josef Jungmann, který napsal Česko-německý slovník a ukázal tak rovnocennost a bohatost českého jazyka. Jungmann dále vydal učebnici s názvem „Slovesnost", která řešila rétoriku, jako vědní disciplínu.⁸⁹

⁸⁶ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 21. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁸⁷ PROF. PHDR. JIŘÍ KRAUS, Prof. PhDr.DrSc a PhDr RECENZENTI. *Rétorika v evropské kultuře*. Vydání druhé, přepracované. Praha: Karolinum, 2011, s. 152. ISBN 9788024623399.

⁸⁸ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 22-23. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁸⁹ HÁJKOVÁ, Eva. *Rétorika pro pedagogy*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, s. 18. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-1990-0.

4.1 TECHNIKA MLUVENÉHO PROJEVU

Ovládání techniky řeči je ovlivněno hlavně prostředím, ve kterém vyrůstáme. Ovšem i přes vliv kvalitních vzorů můžeme získat chybné návyky. Například špatné posazení hlasu, nevhodné dýchání nebo pasivní artikulaci.⁹⁰

Porozumění dechového procesu, respirace, a jeho správné užívání je předpokladem dobrého hlasu. Pomocí dýchacího ústrojí vytváříme výdechový proud, který umožňuje řeč. Existují dva způsoby dýchání: žeberní a bránicové. Žeberním nádechem rozšíříme žebra a tím rozšíříme celý hrudní koš, tím se zaplní vzduchem vrchní část hrudníku. Při bránicovém nádechu se vyklenou břišní svaly, žebra se nijak nerozevírají. Při plném nádechu cítíme vzduch v místě žaludku, za břišními svaly. Nejvhodnější způsob dýchání je smíšený. Bránicový způsob dýchání má ovšem několik výhod, umožňuje nám například dobrou ovladatelnost břišních svalů, uvolní horní část těla, zlepši se mluvní výkon při fyzické námaze i po ní a celkově břišní svaly dokážou udržet plynulý a pevný výdechový proud. Vědomé řízení dýchání je nezbytné pro správné tvoření hlasu a je důležitější než vitální kapacita plic. Doplnění vzduchu provádíme tzv. přídechy, které se zařazují do řečové logické pauzy, nemusí se vždy jednat o místo v textu s interpunkcí. Správné dýchání podporuje vzpřímené držení těla. Důležité je, nadechovat se klidně a tiše. Na hlase nesmí být znát ubývání vzduchu a nádech nesmí přetrhout myšlenku. Doporučuje se mluvit středně silným hlasem, který spotřebovává méně vzduchu než hlas zvýšený.⁹¹

S dechovým procesem je spojená tzv. fonace, neboli tvoření hlasu. Ten se tvoří v hlasivkách, respektive v hlasové štěrbíně. Moderátorův hlas je ovlivněn nejenom zděděnými vlastnostmi ale i prostředím, ve kterém žije. Barva hlasu často vypovídá o povaze člověka a jeho momentálním emotivním rozrušení.⁹² Síla moderátorova hlasu musí být přiměřená prostoru, ve kterém mluvený projev pronáší. V průběhu projevu se musí dbát na konstantnost síly, slábnutím hlasu snadno moderátor ztratí pozornost

⁹⁰ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 24. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁹¹ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 24-28. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁹² BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 28-29. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

posluchačů.⁹³ Pro kontrolu se doporučuje použití videotechniky, díky ní může snadno moderátor zkontrolovat svůj hlasový a obrazový projev.⁹⁴

Správná artikulace, neboli vytváření hlásek, je jednou z podmínek správného stupně hlasové síly.⁹⁵ Samotné hlásky se vytvářejí v rezonančních dutinách: ústní, nosní a hrdelní. Moderátor se musí naučit hlavně dutinu ústní, ostatní jeho hlas výrazně zkreslují. Nejdůležitějším artikulačním ústrojím je jazyk. Svým kořenem, hřbetem a hrotem vytváří většinu hlásek. Na správnou artikulaci má vliv i zdravotní stav měkkého patra, které svoji funkcí zabraňuje nosovému zabarvení řeči.⁹⁶

Ortoepie, nauka o spisovné výslovnosti, je vizitkou moderátora a jeho jazykové kultury a její dodržování se považuje za projev úcty k posluchačům. Mezi nejčastější chyby patří například zkracování samohlásek (vím - vim, domů - domu), dále se moderátor může dopustit špatné výslovnosti dvou souhlásek (půlletý - půletý, podšívka - počívka, porotce - poroce, hřbitov - řbitov, menší - menčí).⁹⁷ Chyb se může moderátor dopustit i ve slovech cizích, kterými si každý kulturní jazyk pomáhá k označení nových jevů, předmětů a věcí. Nejčastější chybou bývá odlišná výslovnost slova od jeho psané formy.⁹⁸ Všechny vady ve výslovnosti moderátora působí rušivě, oslabují jeho projev a srozumitelnost a velmi často mohou odvést pozornost posluchačů od jeho obsahu. Toto vše může mít vliv také na sebevědomí moderátora. Mezi nejčastější skupiny problematických souhlásek patří: rotacismy (R-Ř), sigmatismy (S-Z-Š-Ž) a lambdacismy (L).⁹⁹

K účinnému a působivému projevu nestačí pouze správná technika řeči, ale i dodržování pravidel zvukové modulace řečnického projevu. Melodická proměnlivost (větná melodie) je způsobena frázováním, přízvukem a intonací. Frázování znamená členění vět na další nebo kratší větné úseky tak, aby k sobě významově patřily, nikoli

⁹³ HŮRKOVÁ-NOVOTNÁ, Jiřina a Hana MAKOVIČKOVÁ. *Základy jevištní mluvy 2: Učebnice pro 2. a 3. roč. konzervatoří*. 1. vyd. Praha: SPN, 1986, s. 75. Učebnice pro střední školy (Státní pedagogické nakladatelství).

⁹⁴ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 29. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁹⁵ HŮRKOVÁ-NOVOTNÁ, Jiřina a Hana MAKOVIČKOVÁ. *Základy jevištní mluvy 2: Učebnice pro 2. a 3. roč. konzervatoří*. 1. vyd. Praha: SPN, 1986, s. 75. Učebnice pro střední školy (Státní pedagogické nakladatelství).

⁹⁶ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 32-33. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

⁹⁷ Tamtéž, s. 50-54.

⁹⁸ Tamtéž, s. 55-58.

⁹⁹ Tamtéž, s. 58-59.

podle pauz na nádech. Nesprávné frázování může ovlivnit smysl pronášené věty a změnit celý kontext sdělení. Zkušení moderátoři překrývají pauzy významové s pauzami nádechovými.¹⁰⁰ Pomocí větného přízvuku může moderátor členit věty na významové, rytmické a melodické a je spojen vždy s významovým slovem ve větě.¹⁰¹ Změnou místa větného důrazu může mít za následek i změnu významu věty.¹⁰² Střídání síly a výšky hlasu v průběhu řeči se nazývá intonace. Moderátor svojí intonací může vyjádřit svůj citový postoj k pronesené myšlence. Například „Odcházím.“ může být řečeno ironicky, klidně, rozmrzele, atd. Dále nám intonace naznačí, zda se jedná o větu ukončenou, oznamovací, rozkazovací, tázací, práci nebo zda bude věta pokračovat. Monotónnost řeči, způsobená zvukovou jednotvárností, může způsobit nízkou pozornost posluchačů, pro které se řeč stává nepřehledná a nezajímavá.¹⁰³ „*To, co uráží ucho, si nesnadno získává přístup k mysli.*“¹⁰⁴ K přehlednosti a srozumitelnosti moderátorova projevu přispívá rozložení mluvené řeči v čase, neboli tempo řeči. Tempo záleží na temperamentových vlastnostech moderátora, ale především na věcném obsahu řeči. Například při závěrečných větách se tempo zvolňuje, stejně jako při sdělování složitějších informací. Rychle tempo také může ovlivnit moderátorovu schopnost správně vyslovovat a pro posluchače se sdělení stává nesrozumitelné.¹⁰⁵

Pravidla a zásady rétoriky se dají shrnout do deseti bodů:

1. *„Mluvte jen tehdy, pokud máte co říci.*
2. *Své sdělení pečlivě připravte.*
3. *Sdělení tlumočte dobrou jazykovou formou.*
4. *Chovejte se přirozeně.*
5. *Nestavte mezi sebe a posluchače bariéru.*
6. *Nevyhrožujte.*
7. *Udržujte s posluchači kontakt pohledem.*

¹⁰⁰ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 60-61. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

¹⁰¹ Tamtéž., s. 62-63.

¹⁰² HŮRKOVÁ-NOVOTNÁ, Jiřina. *Česká výslovnostní norma*. 1. vyd. Praha: Scientia, 1995, s. 43. ISBN 80-85827-93-x.

¹⁰³ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 64-65. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

¹⁰⁴ QUINTILIAN., a James Jerome MURPHY. *Quintilian on the teaching of speaking and writing: translations from books one, two, and ten of the Institutio oratoria*. Carbondale: Southern Illinois University Press, c1987, s. 39. ISBN 0809313782.

¹⁰⁵ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, s. 67. Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.

8. *Uvědomte si, že lidé jsou jako zrcadlo.*
9. *Skončete svůj projev v pravou chvíli.*
10. *Nesledují-li vás posluchači pozorně, je to vaše vina. “*

Z těchto zásad vyplývá, že moderátor je z větší části schopen ovlivnit úspěšnost svého projevu.¹⁰⁶

4.2 KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY

Komunikace se dělí na verbální projev, neverbální projev a paralingvistiku. Výše zmíněné se používají při moderování televizních pořadů, přičemž v rozhlase se neuvádí neverbální složka komunikace.¹⁰⁷

Verbální komunikace má slovní nebo psanou formu, je tvořena jazykem a řečí. Mezi verbální prostředky řadíme tropy a figury.¹⁰⁸ Mezi další dělení můžeme uvést verbální komunikaci živou nebo reprodukovanou a dále přímou nebo zprostředkovanou.¹⁰⁹ Při verbální komunikaci si musí moderátor více uvědomovat význam svého sdělení než obsah. Význam totiž obsahuje nejenom obsah, ale je i vázán k situační a individuální psychice posluchačů.¹¹⁰

Neverbální komunikace doprovází komunikaci verbální pomocí mimoslovních signálů.¹¹¹ Pomocí neverbální komunikace může moderátor nejen vyjádřit emoce, postoje, vztah k tématu, ale i částečně nebo úplně nahradit mluvené slovo. Mimoslovní signály mohou být naučené, vrozené nebo kombinované.¹¹²

¹⁰⁶ MĚCHUROVÁ, Albína. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat: (základy rétoriky a komunikace)*. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 45-50. ISBN 978-80-86723-32-7.

¹⁰⁷ MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 97-98. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

¹⁰⁸ ŽANTOVSKÁ, Irena. *Rétorika: teorie a praxe*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 50. ISBN 978-80-86723-57-0.

¹⁰⁹ MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 98. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

¹¹⁰ JANOUŠEK, Jaromír. *Verbální komunikace a lidská psychika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2007, s. 10. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1594-0.

¹¹¹ ŽANTOVSKÁ, Irena. *Rétorika: teorie a praxe*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 71-72. ISBN 978-80-86723-57-0.

¹¹² BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika: vážnost mluveného slova*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 181. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3031-8.

Zvukovým projevem se zabývá paralingvistika, která doprovází řeč mluvenou. Mezi její prostředky patří například hlasitost a rychlost řeči, plynulost, melodie řeči a další.¹¹³

Pro moderátora je důležité, aby verbální a neverbální komunikace nebyla v rozporu. Čímž by vznikla dvojná vazba, která může vyvolat v posluchačích rozpaky, jak mají sdělení chápat. V takové situaci se lidé spíše přikloní k neverbálnímu vyjádření, protože neverbální komunikace nepodléhá v tak velké míře sebekontrolé jako komunikace verbální. Agresivnější lidé si dle průzkumů více uvědomují svoje neverbální projevy, než lidé pasivní.¹¹⁴

¹¹³ ŽANTOVSKÁ, Irena. *Rétorika: teorie a praxe*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 61. ISBN 978-80-86723-57-0.

¹¹⁴ MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 98. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

5 VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI V HISTORII ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ

Rozhlasem prošlo nespočet osobností, které zde svoji profesní kariéru začali. Někteří zůstali v rozhlasu, ostatní po získané slávě přešli do jiných médií nebo pracovních odvětví.

Ze zahraničí stojí za zmínku Howard Stern, kterého Leoš Mareš společně s Milošem Pokorným studovali pro jejich „Ranní show“. Howard Stern vedl svoji verzi ranní show od roku 1986 do roku 2005, která byla exkluzivně vysílána na stanici Sirius XM Radio.¹¹⁵

Podrobně nelze popsat všechny důležité osobnosti, proto bylo vybráno pouze několik jmen, které se zapsali do historie rozhlasového vysílání.

První část kapitoly obsahuje život Josefa Laufera, který byl rozhlasový hlasatel a nepřímo vymyslel rozhlasovou reportáž. Byl prvním hlasatelem u nás, který v přímém přenosu moderoval sportovní utkání.¹¹⁶

Další osobností je František Kocourek, který byl ve své době velmi oblíbený. Jeho vlivu chtěli využít nacisté v době protektorátu. Kocourek jejich rozhlasovou propagandu úmyslně pomocí reportáží a komentářů sabotoval. Po odhalení byl deportován do koncentračního tábora v Osvětimi.¹¹⁷

Do historie vstoupila i Bertha Brainard ze Spojených států amerických. Byla první ženou, která usedla do křesla programového ředitele a bojovala za větší obsazování žen v rozhlasových pozicích.¹¹⁸

Ze současnosti je zmíněn Jan Rosák, který svou kariéru moderátora začal v rozhlasu. Později pracoval v televizi, ale za několik let se opět vrátil za rozhlasový mikrofon.¹¹⁹

¹¹⁵ IMBD. *Howard Stern - Biography*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: http://www.imdb.com/name/nm0001769/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

¹¹⁶ ČERNÝ, Tomáš. *Sportovní reportér Josef Laufer - 1926*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/archiv/rozhlasovyrok/_zprava/sportovni-reporter-josef-laufer-1926--1265591

¹¹⁷ SEDMIDUBSKÝ, Jan. *Rozhlas Radiožurnál*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://prehravac.rozhlas.cz/audio/2721166/>

¹¹⁸ HALPER, Donna L. *Invisible stars: a social history of women in American broadcasting*. 1. vyd. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, c2001, viii, 331 p. ISBN 07-656-0581-3.

¹¹⁹ ROSÁK, Jan. *Jan Rosák | ČRo Dvojka*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/lide/dvojka/_osoba/2833/

5.1 JOSEF LAUFER

Narodil se 20. 4. 1891 a považuje se za vynálezce rozhlasové reportáže.¹²⁰

V neděli 3. 10. 1926 chtěl předchůdce Československého rozhlasu vysílat první fotbalovou reportáž, jednalo se o první sportovní reportáž v Evropě, druhá byla vysílána až o tři měsíce později v Británii¹²¹. Pozvaný hlasatel se ovšem nedostavil a z přítomných dvaceti sportovních novinářů neměl nikdo o moderování zájem. Ředitel Svoboda přišel za Josefem Laufrem do šatny a oznámil mu: „*Pepíku, nic platno, musíš jít k mikrofonu ty.*“ Laufer ještě nikdy do rádia nemluvil, ale nakonec se mikrofonu ujal a odmoderoval první polovinu zápasu.

Druhá polovina zápasu se nevysílala, ne z důvodu, špatné kvality moderování, ale protože druhý poločas nebylo vůbec v plánu vysílat. Na programu byla hudba z gramodesek. Posluchači si ale dopisy vynutili, aby se další neděli opět vysílal sportovní přenos kopané a aby hlasatelem byl opět Josef Laufer. Nakonec takto hlásil sportovní přenosy dalších 30 let.

Karel Tejkal, někdejší rozhlasový sportovní komentátor řekl, že Laufer moderoval výborně. Bral rádio jako dialog lidí mezi sebou. Sice je mezi nimi mikrofon a přijímač, ale je to stále rozhovor. Začal tedy popisovat zápas, jako by ho vyprávěl přátelům. S rozdílem, že neříkal co se stalo, jak by tomu bylo při normální konverzaci, ale používal přítomný čas. Tím skvěle vystihl princip rádia, jako prosté povídání si lidí mezi sebou.

Laufer byl u posluchačů oblíbený nejen pro jeho brilantní a barvitě líčení průběhu utkání, ale i pro upřímné a ryzí sportovní smýšlení.¹²² Dovedl zaujmout i sportovního laika, který sportovní utkání nikdy předtím nesledoval. Svým hlasem dokázal na posluchače přenést nadšení ale i chlad z utkání.¹²³

Mezi další významné přenosy můžeme uvést: 1928 Sparta proti Slávii, 1929 první přímá reportáž ze zahraničí, Velká cena Československa, 1930 Velká pardubická,

¹²⁰ ČERNÝ, Tomáš. *Sportovní reportér Josef Laufer - 1926*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/archiv/rozhlasovyrok/_zprava/sportovni-reporter-josef-laufer-1926--1265591

¹²¹ TAMCHYNA, Robert. *Josef Laufer*. [online]. 2000 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/historie/vyroci/_zprava/7933

¹²² ČESKÝ ROZHLAS. *Sportovní reportér Josef Laufer (1926)*. [online]. 2013 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://prehravac.rozhlas.cz/audio/2971992/>

¹²³ TAMCHYNA, Robert. *Josef Laufer*. [online]. 2000 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/historie/vyroci/_zprava/7933

1931 hokejový zápas Československo proti Kanadě, 1934 Československo proti Itálii (Lauferovo označení „hoši zlatí“ je užíváno dodnes), 1936 přímé reportáže letních a zimních olympijských her, ...

V roce 1953 je poslední rok, kdy je stálým a pravidelným spolupracovníkem sportovní redakce Československého rozhlasu. Díky zhoršující se oční vadě, která se objevila roku 1950, je barvoslepý a roku 1954 už pouze píše a čte komentáře, poznámky, glosy a úvahy.

Ve věku 66-ti let skončil s prací redaktora a sepsal sportovní a rozhlasové vzpomínky, které byly vydány knižně. Zemřel 17. 10. 1966.¹²⁴

5.2 FRANTIŠEK KOCOUREK

Byl jedním z nejoblíbenějších rozhlasových reportérů své doby.

Zpočátku označován jako František Kocourek mladší, později si nechal oficiálně říkat „Franta“. Narodil se 14. 9. 1901 v Praze jako jeden ze čtyř dětí. Otec byl divadelník, loutkař, uspořádal několik antologií z poezie a středoškolský profesor. Dnes by se o něm dalo mluvit jako o osvětáři. Matka byla poměrně známá recitátorka. Kocourek tedy pocházel z jazykového prostředí. Mimo studia filosofie na Univerzitě Karlově studoval i zpěv. Dále studoval ve Francii a Německu.¹²⁵

Ve 22 letech, roku 1933, úspěšně absolvoval konkurz na moderátora v Českém rozhlase. Jeho projev byl na výborné úrovni a již od počátku práce v rozhlase byl zcela srovnatelný s jeho pozdějšími slavnými reportážemi. Jeho formulace byly naprosto přesné a bylo jasné, že přišel do rádia jako hotová moderátorská osobnost.

Po pouhých dvou letech bych nucen odejít z rozhlasu poté, co na přednášce Agrární strany urazil jejího představitele. Sám sebe považoval jako mluvčího politicky neorganizovaných lidí.

Roku 1938 se vrátil zpět do Radiojournalu a v době protektorátu se stál morální podporou posluchačů. Kocourek si správně uvědomoval sílu rozhlasu a rozhodl se

¹²⁴ VALENTA, Zdeněk a Vladimír ZÁPOTOCKÝ. *Radio Praha - Josef Laufer*. [online]. 2001 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/sporhist/josef-laufer/>

¹²⁵ SEDMIDUBSKÝ, Jan. *Rozhlas Radiožurnál*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://prehravac.rozhlas.cz/audio/2721166/>

bojovat proti nacistické ideologii. Sám si do deníku mimo jiné poznamenal: „*Ani jsem netušil, jak budu jeden z mála těch, kteří mají to štěstí, že v této podivné válce mohou vůbec nějak bojovat. Jsem tedy u zbraně, která nezahálí, ale už pilně bojuje, u propagandy, a to u její neúčinnější formy – rozhlasu.*”¹²⁶ Další příležitostí, jak bojovat proti okupaci byla přehlídka německé branné moci na Václavském náměstí, 19. 3. 1939. Kocourka si vybrali sami Němci, aby zprostředkoval českému lidu sílu německé armády. Netušili však, že mu tím dali příležitost sabotovat jejich postup.

Před němci hrál naivního a cizího jazyka neznalého novináře, ale sám moc dobře ovládal nejen francouzský ale i německý jazyk. Do svých vět, vkládal skutečné smýšlení o postupu vojsk a čeští posluchači mu rozuměli.^{127 128}

Při komentování přehlídky řekl: „*Dovolte, abych se zmínil o podrobnosti čistě nevojenské. Odkudsi zdaleka přiletěla nad Prahu také velká černá vrána, která se spustila a plachtila od Muzea dolů k Můstku. Divila se asi tomu obrazu, který viděla pod sebou.*”¹²⁹ O jeho mistrovské mystifikaci informoval i zahraniční tisk, a tím se o ní dozvěděli i němečtí představitelé. Tou dobou ještě hrálo Německo roli ochránce, nikoli kata a nijak jej nepotrestalo.¹³⁰

Proti okupantům dále bojoval i 5. 4. 1939 když při přednášce „O slávě živého” slova vzkazoval: „*Nesmírné a úžasné bohatství je řeč. Obrátit se k rodné řeči, to jakoby člověk popřel svou vlastní duši. Necht’ za každých poměrů je české slovo nejen čisté, ale i rovné. Necht’ se nehrbí, nepodlézá a nepochlebuje. A když se ctí nemůžete mluvit, mlčte!*”¹³¹

¹²⁶ ČESKÝ ROZHLAS. *František Kocourek: slova jako živá voda: Osobnosti za mikrofonem.* [online]. 2011 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/_zprava/frantisek-kocourek-slova-jako-ziva-voda--1044923

¹²⁷ ČESKÝ ROZHLAS. *Vysílání za protektorátu – Dramatické chvíle – Odhalení 89+1 – Příběh Rozhlasu.* [online]. 2011 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/dramaticke-chvile/2812636>

¹²⁸ BÍLÁ, Martina. *Radio Praha - Velká černá vrána aneb protektorát v ukázkách z rozhlasového archivu.* [online]. 2009 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/zarchivu/velka-cerna-vrana-aneb-protektorat-v-ukazkach-z-rozhlasoveho-archivu>

¹²⁹ ČESKÝ ROZHLAS. *Vysílání za protektorátu – Dramatické chvíle – Odhalení 89+1 – Příběh Rozhlasu.* [online]. 2011 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/dramaticke-chvile/2812636>

¹³⁰ BÍLÁ, Martina. *Radio Praha - Velká černá vrána aneb protektorát v ukázkách z rozhlasového archivu.* [online]. 2009 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/zarchivu/velka-cerna-vrana-aneb-protektorat-v-ukazkach-z-rozhlasoveho-archivu>

¹³¹ ČESKÝ ROZHLAS. *Vysílání za protektorátu – Dramatické chvíle – Odhalení 89+1 – Příběh Rozhlasu.* [online]. 2011 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/dramaticke-chvile/2812636>

Po odmítnutí nabídky na další spolupráci v rozhlasu odešel z Radiojournalu. Dále pokračoval v boji a vystupoval na veřejných přednáškách, kde opět označoval pravý smysl svých vět. V červnu 1941 byl ale zatčen a odvezen do Terezína, odkud byl v polovině září deportován do Osvětimi kde 13. 5. 1942 zemřel. Mezi posledními vzkazy domů napsal: „*Řekni mamince, že jsem šťasten, že mi dala život. Byl hezký. Plný událostí, práce, zkušeností a radosti. Ať žije život.*“^{132 133}

5.3 BERTHA BRAINARD

Věřila, že ženy mají velmi pozitivní vliv na vývoj rádií a se zvyšujícím zájmem žen o rozhlas tlačila na programové ředitele, aby vymýšleli stále lepší a zajímavější programy. Sama svoje přesvědčení realizovala od roku 1928, kdy se stala první ženou na pozici programového ředitele v NBC (National Broadcasting Company) v USA.¹³⁴

Její hlavním úkolem bylo vyplnit prostor v rádiu a tudíž měla naprostou volnost, při výběru a vytváření nových pořadů. Díky její vytrvalosti a vizím vytvořila první rodinný sitcom v rádiu „The Goldbergs“, který se stal nejdéle vysílaným pořadem v historii rádia.

Dalším pořadem byl „The Rudy Vallee Hour“, který se vysílal od roku 1929 na stanici NBC (další názvy pořadu: „The Fleischmann's Yeast Hour“, „The Fleischmann Yeast Hour“, „The Fleischmann Hour“). Název programu se roku 1939 změnil na „The Royal Gelatin Hour“ a pokračoval až do 28. 9 1939.¹³⁵ Název „Fleischmann“ byl odvozen od sponzora „Fleischmann's Yeast“, což byla značka droždí.¹³⁶ Pořad vedl Rudy Vallée, ve spolupráci s pravidelnými hosty: Ole Olsen a Chic Johnson (do roku 1932), Tom Howard a George Shelton (do roku 1935).

¹³² SEDMIDUBSKÝ, Jan. *Rozhlas Radiožurnál*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://prehovac.rozhlas.cz/audio/2721166/>

¹³³ SEDMIDUBSKÝ, Jan. *František Kocourek – osud statečného rozhlasáka*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/cro6/tipy/_zprava/1110793

¹³⁴ HALPER, Donna L. *Invisible stars: a social history of women in American broadcasting*. 1. vyd. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, c2001, viii, 331 p. ISBN 07-656-0581-3.

¹³⁵ SHEMADEIT. *The Paley Center for Media*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z: <http://www.shemadeit.org/meet/biography.aspx?m=17>

¹³⁶ BREADWORLD. *Breadworld by Fleischmann's® : History*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.breadworld.com/history/>

Rudy Velleé nebyl vybrán náhodou, Brainard jeho účast vyžadovala, s odůvodněním, že hlavně ženy dokážou ocenit jeho svůdný hlas. Pořad vytvářel nové hvězdy stejně rychle, jako dnes již televizní show „American Idol”.¹³⁷ Jednalo se například o: Milton Berle, duo Burns a Allen, Alice Fayne, Mill Brothers a Kate Smith. Edgard Bergen se díky pořadu, ve kterém účinkoval 17. 12. 1936, stal prvním břichomluvcem, který vystoupil v národním rozhlase. V roce 1937 zaskakoval v pořadu Louis Armstrong (Rudy Velleé byl na letní dovolené) a stal se tak prvním Afroameričanem, který uváděl sponzorovaný pořad v národním rozhlase.^{138 139}

V roce 1927 řekla v rozhovoru, že žena dokáže pracovat na jakékoliv pozici v rozhlase, pokud je do ní schopná koncentrovat svoji energii stejně jako muž a nebude zaměstnávána domácností.

Její oděv a životní styl byl neustále kontrolován tiskem, roku 1939 článek v New York Times psal o její drobné figuře, červených vlasech ale i o jejím uspořádání života mimo rádio. Vzniklo i několik negativních fám a pomluv. Podle článku měla údajně bydlet se sestrou, která se starala o všechny domácí práce, aby se Brainard mohla naplno věnovat vysílání.

Brainard pracovala v rádiu do roku 1946, kdy jsi vzala ředitele reklamního oddělení Curt Peterson. Zemřela ani ne o rok později na infarkt.¹⁴⁰

5.4 JAN ROSÁK

Narodil se 24. 8 1947 v Ivanovicích na Hané. Svoji kariéru odstartoval v Československém rozhlase v roce 1971. Po pěti letech působení v rádiu se rozhodl pro účinkování v Československé televizi, a také později České televizi. V ní se věnoval a moderoval zejména zábavné pořady, které byly v té době populární a těšily se velké

¹³⁷ SHEMADEIT. *The Paley Center for Media*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z: <http://www.shemadeit.org/meet/biography.aspx?m=17>

¹³⁸ LOUISARMSTRONG. *Louis Armstrong House Museum - Timeline*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: http://www.louisarmstronghouse.org/timeline/time_1930.htm

¹³⁹ HAENDIGES, Jerry. *Rudy Vallee & His Connecticut Yankees .. episodic log*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.otrsite.com/logs/logr1022.htm>

¹⁴⁰ SHEMADEIT. *The Paley Center for Media*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z: <http://www.shemadeit.org/meet/biography.aspx?m=17>

oblíbě diváků.¹⁴¹ Rodinný pořad „Magion“, který započal své vysílání v roce 1984 byl směřován hlavně na děti a mládež, protože obsahem byly animované pohádky, které se k nám dostaly ze zahraničí. Pohádky a seriály, uváděli a moderovali spolu s Janem Rosákem Petrem Jančaříkem, Jiřím Chalupkou a Rostislavem Kubou. Pořad trval 60 minut a byl pojmenovaný podle družice.¹⁴²

Jen o rok později, tedy 1985, Jan Rosák dostal nabídku moderovat „Videostop“ a příležitost využil. Nahradil tak dva předchozí moderátory Josefa Dvořáka a Zdeňka Tulise.

Otázky v tomto soutěžním pořadu měly filmovou tematiku. Tři soutěžící a také tři hosté spolu bojovali o co největší počet zodpovězených otázek. Hosté byly známé osobnosti většinou z řad herců anebo osob, které byly s filmem spojovány. Primárně šlo o pobavení diváků než o výhry a věcné ceny. „Videostop“ byl vysílán až do roku 2000, kdy byl z obrazovky stažen. O rok později, byl opět navrácen do televizního programu, ale neměl již takový ohlas a byl opětovně stažen z vysílání.¹⁴³

„Videostop“ je obsahem televizní nabídky i dnes, kdy je vysílán, od roku 2011, na stanici Barrandov.¹⁴⁴

V roce 1994 televizní stanice Nova zařazuje do svého programu znalostní soutěž „Riskuj“, kam obsadila Jana Rosáka do pozice moderátora.¹⁴⁵ O rok později se objevuje také v loterijní hře „Bingo“, která byla za necelý rok stažena z vysílání, protože soutěž byla zmanipulována prostřednictvím hackerů a Nova raději pořad ukončila. V průběhu natáčení „Binga“, musel mít Jan Rosák ochranku, která zabezpečovala nejen jeho osobu, ale i bezpečnost jeho rodiny.¹⁴⁶

Jan Rosák je považován za vrchol moderátorské špičky, společně s Markem Ebenem. A je držitelem pěti cen TýTý.^{147 148}

¹⁴¹ ČSFD. *Jan Rosák*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/45397-jan-rosak/>

¹⁴² ČSFD. *Magion (TV pořad) (1984)*. [online]. 2001 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/252348-magion/zajimavosti/?type=film>

¹⁴³ ČSFD. *Videostop (TV pořad) (1985)*. [online]. 2002 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/250546-videostop/>

¹⁴⁴ ČSFD. *Barrandovský videostop (TV pořad) (2011)*. [online]. 1998 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/291978-barrandovsky-videostop/>

¹⁴⁵ ČSFD. *Jan Rosák*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/45397-jan-rosak/>

¹⁴⁶ ČSFD. *Bingo (TV pořad) (1994)*. [online]. 1999 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/250795-bingo/zajimavosti/?type=film>

¹⁴⁷ BARRANDOV. *Barrandovský videostop - Jan Rosák*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.barrandov.tv/barrandovsky-videostop/jan-rosak>

Dnes žije v Mníšku pod Brdy se svojí rodinou, moderuje zábavnou show Barrandovský „Videostop" a působí na Českém rozhlasu. „*Na vlnách Českého rozhlasu Region zvu každý pátek po 11. hodině známé a významné osobnosti k mikrofonu své talk show Tandem a tentýž den po 13. hodině posluchačům Dvojky popřeji Šťastnou cestu. Na Dvojce moderuji také pořad Dopoledne s Dvojkou, resp. Host do domu,*" okomentoval svou účast ve vysílání.¹⁴⁹

V show „Tandem" za jednu hodinu Jan Rosák vyzpovídá jednu známou osobnost. Otázky jsou většinou pracovní, ale i soukromé. První díl byl odvysílaný na začátku ledna v roce 2006.¹⁵⁰

Dalším samostatným pořadem, který je moderován Janem Rosákem je „Šťastnou cestu". Tento pořad trvá 210 minut a není zaměřen na určité téma. Jedná se o blok informací a soutěží.¹⁵¹

Kariéra Jana Rosák začala u rádiového vysílání a po letech, kdy moderoval různé televizní pořady a show, zase usedl za rozhlasový mikrofon.

¹⁴⁸ TELEVIZE. *TýTý 2013*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.televize.cz/tyty/>

¹⁴⁹ ROSÁK, Jan. Jan Rosák | ČRo Dvojka. *Český rozhlas* [online]. 2014 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/lide/dvojka/_osoba/2833

¹⁵⁰ ČESKÝ ROZHLAS. *Tandem | Region - střední Čechy*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/strednicechy/tandem/>

¹⁵¹ ČESKÝ ROZHLAS. *Šťastnou cestu*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/dvojka/porady/_porad/100300/

6 MARKETING V ROZHLASOVÉM PROSTŘEDÍ

Rozhlas, stejně jako televize, direct mail a print, se řadí do tradičních médií. Společnosti dnes uvolňují kolem 53% procent svých marketingových rozpočtů na média tradiční, ale očekává se, že tento trend bude mít sestupnou tendenci. Hlavní nevýhodou tradičních médií je jejich pomalejší rychlost přenosu dat spotřebitelů.¹⁵² Na druhou stranu, reklama v rozhlasu je brána jako nejpozitivnější (podle průzkumu agentury Factum Invenium, která zkoumá vztah mezi reklamou a českou veřejností), pouze 28% obyvatel se domnívá, že reklamy v rozhlasu je až příliš. Reklama, která je vnímána pozitivně je daleko více účinnější.¹⁵³

Existuje několik důvodů pro výběr rádia jako reklamní platformy. Rozhlas, jakožto selektivní médium, přímo zasahuje cílové skupiny například podle regionu (stanice vysílaná pouze v severních Čechách) nebo podle jejich zájmů (rádio hrající pro rockově založené jedince - Rockzone). Právě díky určité vyhraněnosti každé stanice, je častější i citová vazba posluchače na stanici. Tím se zvyšuje důvěryhodnost pro posluchače. Ceny oproti ostatním platformám jsou daleko nižší a je tedy možné zakoupit vyšší frekvenci opakování pro cílovou skupinu.¹⁵⁴ Tím je rozhlas ideální pro značky, které zvýšit povědomí o své značce. Dále díky pružnosti programové skladby je možné nasadit reklamní spoty praktický v jakýkoliv čas i den. Vhodné například pro akční nabídky, promo akce, slevy nebo dny otevřených dveří.¹⁵⁵ Dalšími výhodami je mobilnost a operativnost, tedy možnost poslouchat rozhlas prakticky všude.¹⁵⁶ Celkově je rozhlas určený k frekvenci - opakovanému reklamnímu sdělení a jako doplňkové médium k již probíhajícím kampaním.

Jako nevýhodu můžeme považovat výše zmíněný zásah na cílové skupiny (pouze rockeři uslyší reklamu na rádiu Rockzone). Proto je výhodnější svoji reklamu

¹⁵² FREY, Petr. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0.* 3., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011, s. 16. ISBN 978-80-7261-237-6.

¹⁵³ FACTUM. *Češi a reklama 2011 Proměny postojů české veřejnosti k reklamě.* [online]. [cit. 2011-9-27] http://www.factum.cz/433_cesi-a-reklama-2011?PHPSESSID=46bdbd11476bb3cda8caa1242dc93ccd

¹⁵⁴ VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu.* 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, s. 37. Manažer. ISBN 978-80-247-2001-2.

¹⁵⁵ MEDIA GURU, Redakce. *Výhody a nevýhody reklamy v rádiu.* [online]. 2012 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/typy-medii/rozhlas/proc-anone/>

¹⁵⁶ M4YOU. *Výhody a nevýhody jednotlivých typů médií.* [online]. 2009 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.m4you.cz/cinnost/vyhody-a-nevyhody-jednotlivych-typu-medii-55>

uvést na více stanicích najednou. Například v Praze je možné naladit okolo 35 stanic, pokud chceme oslovit většinu obyvatel Prahy, je zapotřebí reklamu uvést na více stanicích. Dalším problémem, který snižuje efektivitu reklam, je používání rozhlasu jako zvukovou kulisu. Reklamu je nejlepší umístit do bloku mluveného slova (talk show, zprávy). Díky častějšímu kontaktu posluchače s reklamou dochází k tzv. wear-out efektu, kdy i jinak kreativní reklama se posluchači „oposlouchá“.¹⁵⁷ Rozhlas není dále vhodný k přenosu velkého množství informací. Nemožnost zobrazení produktu vede k nižší zapamatovatelnosti.¹⁵⁸

6.1 REKLAMY ZA POUŽITÍ CELEBRIT

Vybraná celebrita, které stačí být pouze vyobrazena vedle produktu, se může snadno stát „tvář“ značky. Daná celebrita se tak může navždy spojit s určitým produktem a hrát tak zásadní roli v jeho podpoře prodeje. Například v zahraničí je Gary Lineker, bývalý fotbalový hráč a sportovní reportér a komentátor, spojován se značkou brambůrků Walkers. V jejich reklamách se objevuje od poloviny devadesátých let dodnes.¹⁵⁹ Dalším příkladem je Isaiah Mustafa a značka Old Spice, pro kterou pracuje již od roku 2010, kdy natočil první reklamu v níž byl nazván „The Man Your Man Could Smell“.¹⁶⁰ Dalším mužem reklamy Old Spice je i Terry Crews.¹⁶¹ Z České republiky můžeme uvést Leoše Mareše a rozhlasovou stanici Evropa 2.

Důvodem fungování celebrit v reklamě je, podle výzkumu McCracken z roku 1986, hlavně princip významového přenosu, tedy přenesení image či osoby celebrity na propagovaný produkt.¹⁶² Důležité pro úspěch reklamy není pouze osoba nebo tvář

¹⁵⁷ MEDIA GURU, Redakce. *Výhody a nevýhody reklamy v rádiu*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/typy-medii/rozhlas/proc-anone/>

¹⁵⁸ M4YOU. *Výhody a nevýhody jednotlivých typů médií*. [online]. 2009 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.m4you.cz/cinnost/vyhody-a-nevyhody-jednotlivych-typu-medii-55>

¹⁵⁹ VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, s. 37. Manažer. ISBN 978-80-247-2001-2.

¹⁶⁰ D'ZURILLA, Christie. It's the guy in the Old Spice commercial: Isaiah Mustafa. *Los Angeles Times* [online]. 2010 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://latimesblogs.latimes.com/gossip/2010/02/isaiah-mustafa-old-spice-commercial.html>

¹⁶¹ CREWS, Terry. Terry Crews Talks The Expendables 2. *Latinrapper* [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.latinrapper.com/terry-crews-interview.html>

¹⁶² VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, s. 39. Manažer. ISBN 978-80-247-2001-2.

celebrity, ale i určité propojení produktu s chytlavým sloganem. Gary Lineker byl přezdíván „čistý řez“, protože nikdy neobdržel jedinou červenou ani žlutou kartu. Brambůrky slovního spojení využily a používaly slogan s „čistě řezanými“ brambůrkami.¹⁶³ Old Spice používala mimo výše uvedeného sloganu i spojení „Jsem na koni“.¹⁶⁴

Dle výzkumu Amos et al. z roku 2008 (jednalo se o metaanalýzu asi 32 studií, týkajících se účinků účasti celebrit v reklamě) jsou uváděny tři faktory, které mají největší šanci zaručit reklamě úspěch. Jedná se o důvěryhodnost, přitažlivost a odbornost. Je důležité vybrat pro produkt správnou celebritu. Nejlépe takovou, které zákazník věří. Špatným výběrem může firma spíše utrpět. Například v roce 2009 musel supermarketový řetězec Iceland ukončit reklamní kampaň s zpěvačkou Kerry Katona, na kterou se v médiích objevily informace z požívání drog.

Určitá odbornost, nebo spíše logická propojenost, ve vztahu k produktu je vždy pozitivní.

I celebrity si musejí propagované produkty vhodně vybírat. Podle studie Alperstein z roku 1991 komerční aktivity některých celebrit poškozují jejich vztah s lidmi. Hlavním negativem je propagování produktu celebritou čistě z finančního hlediska.¹⁶⁵ Uvést můžeme například reklamu na víno, ve které účinkoval herec Orson Welles a která se stala velmi neoblíbenou.¹⁶⁶ Pozitivně naopak byla vnímána reklama na dětské kasičky v podání Joan Lunden.¹⁶⁷

S reklamou a celebritami je i spojován koncept parasociální interakce, tzv. pocit známosti.¹⁶⁸ Jde o setkání zákazníka, uživatele médií, s mediální postavou. Například pokud ve městě potkáme osobu, která je nám povědomá a my ji odněkud známe. Ona o nás však neví absolutně nic. Tento termín definoval psychiatr Wohl společně

¹⁶³ VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, s. 41. Manažer. ISBN 978-80-247-2001-2.

¹⁶⁴ PROCTER & GAMBLE., Old Spice. *Old Spice: Vůně muže* [online]. 2011 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=IXiN80baUhg>

¹⁶⁵ VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, s. 44. Manažer. ISBN 978-80-247-2001-2.

¹⁶⁶ BROWN, Will. Will The Blogger. *The Sad Case of Orson Welles & Paul Masson* [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.willtheblogger.com/post/23420208855/the-sad-case-of-orson-welles-paul-masson>

¹⁶⁷ LUNDEN, Joan. Our story. *A place for mom* [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.aplaceformom.com/joanlunden>

¹⁶⁸ VÝROST, Jozef a Ivan SLAMĚNÍK. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008, s. 251. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1428-8.

se sociologem Horton, byl uveřejněn v časopise Psychiatry v roce 1956. Tento koncept se objevuje nejenom u reálných, ale i fiktivních osob. Například v americkém rozhlasě vysílali pořad „The Lonesome Gal“¹⁶⁹, ve kterém mladá žena svůdným hlasem mluvila k posluchači a oslovovala jej jako svého přítele. Smyslným hlasem jej zvala, aby si k ní lehl na pohovku a nechal se hladit po vlasech. Výsledkem byl nespočet dopisů a telefonátů od mladých mužů, kteří „postavu“ žádali o ruku.

6.2 GUERILLA MARKETING A ROZHLAS

Guerilla marketing spadá do tzv. undergroundových komerčních způsobů komunikace. Metoda vznikla především jako způsob boje se silnější a bohatší konkurencí. Objevila se v 60. letech minulého století, ovšem postupně se její způsoby vyvíjely. Již nejde o pouhý boj se silnějším konkurentem, dnes metodu používají i největší podnikatelé, ale změnil se i způsob komunikace díky novým technologickým metodám. Guerilla marketing definoval Jay Conrad Levinson jako „*Nekonvenční marketingová kampaň, jejímž účelem je dosažení maximálního efektu s minimem zdrojů*“.¹⁷⁰

Podle časopisu Brankdweek je za průkopníka guerilla reklamy označován prezident agentury GoGorilla media, Alan Wolan. Ten tvrdí, že strach, který některé firmy mají, jim krade možnost oslovit lidi otupělé klasickou reklamou. Dále zastává názor, že firmy, které se guerilla reklam nebojí, mohou působit na zákazníky jako firmy odvážné a nevyhýbající se riziku.¹⁷¹

Využitelnost guerilla marketingu je hlavně v „ostřejší“ formě street promotion¹⁷². Jako příklad ze zahraničí můžeme uvést reklamu na Skotské rádio 96.3 Rock Radio v Glasgow, kdy si lidé mohli před vstupem do rádia zapůjčit tzv. air guitar^{173 174}.

¹⁶⁹ Osamělé děvče.

¹⁷⁰ FREY, Petr. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0.* 3., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011, s. 45. ISBN 978-80-7261-237-6.

¹⁷¹ FREY, Petr. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0.* 3., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011, s. 46. ISBN 978-80-7261-237-6.

¹⁷² Marketingová propagace na ulici.

¹⁷³ Metafora, kdy uživatel air guitar předstírá, že hraje na opravdovou kytaru, ovšem v ruce nedrží žádný hudební nástroj.

Agentura Forehe ADS z Londýna platila studentům 88 liber, že si nechali nakreslit reklamní logo na čelo. Této služby využila rozhlasová stanice Radio Five Live.¹⁷⁵

Reklama na mezinárodní rozhlasový festival, který se konal ve Švýcarsku od 12. do 15. 9. 2012, použila k reklamě vytisknuté obrázky rozhlasových přijímačů a umístila je na poklopy od kanálů.¹⁷⁶

6.3 DIGITÁLNÍ MARKETING A ROZHLAS

Digitální marketing je odvětví, které se neustále mění a vyvíjí. Spadá do něj nejen komunikace online po internetu, ale i ostatní komunikace, využívající digitální technologie. Definovat jej můžeme jako „interaktivní marketingová kampaň využívající prostředí internetu, s cílem propagovat výrobek nebo službu“.¹⁷⁷ Cílem je oslovit zákazníky, kteří od reklamy čekají něco nového. Například internet využívají převážně mladí lidé, podle statistik z roku 2011 je 23 % internetové populace tvořeno lidmi ve věkové skupině 25–34 let, 19 % - 15–24 let, 20 % - 35–44 let, 16 % - 45–54 let. Zacilení pomocí internetu je velice široké, uvádí se, že 42% uživatelů internetu v Evropě je online 7 dní v týdnu a 10 % z nich tráví na internetu minimálně 25 hodin týdně. Důvěra v informace uvedené na internetu je poměrně vysoká u více než tři pětiny uživatelů.¹⁷⁸

¹⁷⁴ FIORELLA, Sam. *12 Most Clever Guerrilla Marketing Campaigns*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: <http://12most.com/2011/08/04/12-clever-guerrilla-marketing-advertisements/>

¹⁷⁵ FREY, Petr. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0.* 3., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011, s. 46. ISBN 978-80-7261-237-6.

¹⁷⁶ WERBUNG, Gute. *International Radio Festival: Streetposters*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.gutewerbung.net/international-radio-festival-streetposters/>

¹⁷⁷ FREY, Petr. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0.* 3., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011, s. 12. ISBN 978-80-7261-237-6.

¹⁷⁸ *Statistika&My - č. 3/2012* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012, ^^sv. [cit. 2015-02-16]. ISBN 1804-7149. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/20555413/1804120330_33.pdf/a4062bae-cbfe-44e3-8300-9c1a37baa72f?version=1.0

Internetové nástroje, od nejaktivnější po nejpasivnější: search engine marketing, affiliate marketing, e-mail marketing, tvorba komunit a věrnostní programy, online kooperace a networking, virový marketing, advergaming, banner.¹⁷⁹

Ve městě Sao Paulo outdoorový magazín GoOutside sponzoroval akci na rádiu Band FM, kdy vždy během vysílání, v čase mezi 18:00 až 20:00 byl do vysílání přidán zvuk o frekvenci 15 kHz. Rádio Band FM tvrdilo, že tento zvuk imituje zvuk vážky, která je přírodním nepřítelem komárů a doporučovalo všem lidem, kteří vyrazili do přírody, aby měli zapnuté jejich rádio a ochránili se tak před komáry.¹⁸⁰ Nápad se tak rozšířil, že i dnes plno chytrých telefonů umožňuje uživateli stáhnout si aplikaci, která má komáry odpuzovat. Později roku 2012 bylo zjištěno, že reklama nebyla založena na pravdivých výzkumech a zvuk o frekvenci 15 kHz komáry nijak neodpuzuje.¹⁸¹ Reklama za svůj nápad vyhrála Radio Grand Prix award pro rok 2012 na Festivalu kreativity v Cannes.¹⁸²

Reklama je v České republice regulována zákonem č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a zákonem č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy. K regulaci přispívá i kodex reklamy vydaný Radou pro reklamu, jedná se však pouze o formu samoregulace.

¹⁷⁹ FREY, Petr. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0.* 3., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011, s. 13-56. ISBN 978-80-7261-237-6.

¹⁸⁰ WENTZ, Laurel. *Radio Grand Prix From Talent in Brazil Also Repels Mosquitoes.* [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://adage.com/article/special-report-cannes-2012/radio-grand-prix-talent-brazil-repels-mosquitoes/235503/>

¹⁸¹ KREMER, William. *Ultrasound mosquito repellents: Zapping the myth.* [online]. 2012 [cit. 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/magazine-20669080>

¹⁸² KNOLS, Bart. *Mercedes-Benz should win Cannes creativity award!* [online]. 2012 [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: <http://www.malaria-world.org/blog/mercedes-benz-should-win-cannes-creativity-award>

PRAKTICKÁ ČÁST

7 METODIKA VÝZKUMU A STANOVENÍ HYPOTÉZ

Ve výzkumné části byly použity vlastní rozhovory s lidmi z rozhlasové praxe a další rozhovory uskutečněné žurnalisty. Dále byly použity výsledky kvantitativního výzkumu.

V první části byla analyzována první zkušenost Leoše Mareše s moderováním, tento náhled do minulosti má za cíl najít důvody jeho snahy o proniknutí do rozhlasu. Dále pojednává o začátcích na Evropě 2 a přesunu do „Ranní show“. Nakonec kapitoly je přiblížen vliv Patrika Hezuckého na „Ranní show“ a další Marešův rozvoj.

Následující kapitola přibližuje jeho hudební tvorbu. Zjišťuje důvod jeho oblíbenosti a následného obdržení dvou Českých slavíků.

Třetí výzkumná část obsahuje analýzu jeho přechodu z rozhlasu na vizuální médium. Jeho moderování televizních pořadů a zlomové moderování Českého slavíka, kterého moderoval poprvé v historii pořadu samostatně.

Dalším tématem k rozboru je Leoš Mareš jako tvář marketingové komunikace. Uplatnění jeho práce v médiích při propagaci značek.

Poslední částí je interpretace výsledků dotazníků.

Hypotéza č. 1: První dvojicí, která moderovala ranní show v České republice, bylo duo Leoš Mareš – Patrik Hezucký.

Hypotéza č. 2: Největším zlomem v Marešově kariéře bylo moderování Českého slavíka.

Hypotéza č. 3: Leoš Mareš je nejznámější moderátor v ČR.

Hypotéza č. 4: Většina lidí, kteří poslouchají „Ranní show“ na Evropě 2, by začala poslouchat jinou rozhlasovou stanici, kdyby na ní ranní show moderoval Leoš Mareš.

7.1 ANALÝZA PROFESNÍ KARIÉRY LEOŠE MAREŠE

První zkušenost s mikrofonom má Leoš Mareš ze zahraničního zájezdu do Německa, kdy převzal slovo od průvodce a uspořádal improvizovanou diskotéku přímo v autobuse. Úspěch sklídl i v německém městě Goslar, při výstupu v hasičské zbrojnici. V roce 1993 zaskakoval v Berouně za nemocného hlasatele na hokejovém zápase. Mimo gólů oznamoval divákům, kde je možné nalézt toalety a poprvé zažíval menší popularitu. Dne 1. 2. 1994, cestou z večírku, se zastavil v berounském klubu, kde byla pořádána hudební produkce, ale bez DJe. Leoš Mareš se ujal slova a se odmoderoval zbytek akce po svém.^{183 184}

Leoš Mareš roku 1994 začal studovat Vysokou školu ekonomickou v Chebu, kam se i přestěhoval. Když zjistil, že do krajského rádia Egrensis shánějí moderátora, ihned se přihlásil a po konkurzu byl na místě přijat. Po roce se vypracoval na „exkluzivní“ vysílací čas, tedy jednou týdně, od půlnoci do šesti do rána.

Po dvou letech práce v rádiu Egrensis a několika akcí, se mu práce zdála stereotypní a rozhodl se zaslat nahrávku do rádia Evropa 2. Nahrávka obsahovala záznamy z jeho moderování. Po dvou měsících se rádio ozvalo a byl přijat. Hlavním důvodem byl Miloš Pokorný, programový ředitel, který v něm viděl něco nového. Takový talent, který vybočoval z řady a celkově se nechoval jako klasický moderátor. Leoš Mareš se odstěhoval zpět do Berouna a začalo být jasné, že školu pravděpodobně nedokončí.

Začátky ale nebyly lehké, obdržel hned několik pokut za nedodržování pravidel a neuspěl v konkurzu na moderování Esa ani Snídaně s Novou. Miloš Pokorný říkal, že ho lidé měli za blázna, když odmítl Leoše Mareše vyhodit. Pokorný v něm ale viděl potenciál a zvýšení poslechnovosti.¹⁸⁵

Po několika měsících začaly získávat jeho bloky ve vysílání lepší a lepší ohlasy a stoupal i počet posluchačů. Nakonec v prosinci začal uvádět hitparádu Pepsi Top 20.

¹⁸³ ČSFD. *Leoš Mareš*. [online]. 2012 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/39816-leos-mares/>

¹⁸⁴ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

¹⁸⁵ RADIOTV. *Z nuly až na vrchol: Příběh o Leoši Marešovi*. [online]. 2004 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_personalistika/z-nuly-az-na-vrchol-pribeh-o-leosi-maresovi/

Dne 15. 6. 1998 dostal Mareš nabídku moderovat „Ranní show“. Miloš Pokorný mu dal ultimátum „[...] když to nepůjde, tak tě vyhodíme [...]“¹⁸⁶ Společně si studovali techniky Howarda Sterna a vymýšleli, jak nejlépe ráno pobavit posluchače.¹⁸⁷ „Ranní show“ moderuje Leoš Mareš dodnes a stala se nejposlouchanějším programem rádia, právě díky jeho vtipům a zábavě, kterou do vysílání vnesl.¹⁸⁸ Podle Josefa Vlčka je „Ranní show“ nejdůležitější částí rádia. Kdo je nejúspěšnější ráno, získá posluchače a ten většinou poslouchá danou stanici celý den. Reklama v „Ranní show“ zasáhne lidi, kteří jdou ráno nakupovat, je tím tedy ekonomicky nejsilnější prostor pro reklamu.

Hypotéza č. 1 se zabývala otázkou zda první dvojicí, která moderovala ranní show v České republice, bylo duo Leoš Mareš – Patrik Hezucký. Podle Josefa Vlčka, první stanicí, která uvedla model dvou moderátorů bylo rádio Kiss, které nápad převzalo z Irska.¹⁸⁹ Hypotéza č. 1 byla tímto vyvrácena.

V dotazníkovém šetření uvedlo 87% dotazovaných Leoše Mareše a Patrika Hezuckého, jako nejznámější moderátorskou dvojici. Další byli nejčastěji uváděni Lucie Borhyová a Rey Koranteng ve 26 případech a v 17 případech duo Těžkej Pokondr.¹⁹⁰

O rok později, opět v červnu, vznikl v „Ranní show“ pořad „Ořechovka 90210“, parodie na americký seriál „Beverly Hills 90210“. Ze seriálu se stala kultovní záležitost a o Vánocích vyšel pořad na MC a CD.¹⁹¹

Podobné parodické pořady nebyly ničím vzácným (objevují se i dnes), ovšem verze na „Ranní show“ byla dělána lépe a vtipněji.¹⁹²

Leoš Mareš s kolegou Patrikem Hezuckým spustili 1. 3. 2000 novinku v „Ranní show“. Nazvali ji „Mrázek ústředna“ a funguje dodnes.¹⁹³

Přestože Marešova sólová účast v „Ranní show“ slavila úspěch, přidáním Patrika Hezuckého se stala pro posluchače ještě zábavnější. Mnohem lepší než monolog moderátora je, když posluchač naslouchá dialogu dvou moderátorů. Každý úspěšný moderátor potřebuje tzv. nahrávače, která vtip připraví. Tento model se vyvinul

¹⁸⁶ POKORNÝ, Miloš. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha A.

¹⁸⁷ Tamtéž.

¹⁸⁸ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

¹⁸⁹ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

¹⁹⁰ Viz. Příloha E, Graf 4.

¹⁹¹ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

¹⁹² VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

¹⁹³ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

z dialogu moderátora s uvaděčem zpráv.¹⁹⁴ Předtím dělal Patrik na stanici zpravodajství, měl rád humor a o spolupráci s Leošem Marešem už dlouho přemýšlel. Patrikovou výhodou je, že dokáže „Ranní show“ utáhnout i sám. Dle Miloše Pokorného by nebyl Leoš Mareš bez Patrika tak úspěšný.¹⁹⁵ V dotazníkovém šetření byl 125 respondenty uveden Patrik Hezucký, jako další nejznámější moderátor ranního vysílání.¹⁹⁶

V prosinci téhož roku vydal Leoš Mareš s Patrikem záznam z vysílání pořadu na CD. Prodal se přes 15 000 kusů a o 3 měsíce později vychází díl druhý, kterého se prodalo přes 10 000 kusů. Obě CD získaly ocenění „Zlatá deska“.^{197 198}

Sekundárním cílem vydaných desek pořadů „Ořechovka 90210“ a „Mrázek ústředna“ bylo propagovat stanici Evropa 2.¹⁹⁹

Zahraniční moderátoři, kteří pracují v ranních show, většinou po 4 letech z funkce odcházejí. Leoš Mareš v „Ranní show“ pracuje již přes 16 let. Sice se objevovaly snahy o vytvoření nového týmu, ze kterého by pak odešel. Ovšem bez jeho přítomnosti tým klesl o třetinu v poslechovosti.²⁰⁰

¹⁹⁴ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

¹⁹⁵ POKORNÝ, Miloš. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha A.

¹⁹⁶ Viz. Příloha E, Graf 8.

¹⁹⁷ Zlatá deska se uděluje interpretům za 5 000 a více prodaných děl

¹⁹⁸ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

¹⁹⁹ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²⁰⁰ Tamtéž.

7.2 PŘEHLED HUDEBNÍ TVORBY A VYDÁVÁNÍ DESEK

Na Silvestra roku 1997 si Leoš Mareš půjčil od kamarádky černý kožich a moderoval v něm. Přezdívka „ten v kožichu“ se šířila a některé další akce moderoval znovu v kožichu. O dva měsíce později, v únoru roku 1997, napsal Leoš Mareš svůj první hit „Tři slova“, který se nesl v rytmu hip hop a rapu. Skladba měla vystihovat jeho tehdejší náladu.²⁰¹

I když skladba měla skvělou odezvu, vydavatelství Warner Music nakonec od vydání celé desky upustilo. Názor vydavatelů se změnil po Marešově výstupu na Bravo Super Show (listopad 2000), kde sklídl největší potlesk a po úspěchu CD s Mrázkem ústřednou. Nejrychleji se rozhodl zástupce Universal Music Milan Zítka. Leoš Mareš se ovšem více cítil jako moderátor než zpěvák, sám věděl, že moc dobře zpívat neumí. Milan Zítka ale nakonec Leoše Mareše přesvědčil, že hudební album lze také jen „odmoderovat“. Album se natáčelo v létě v roce 2001 a Leoš Mareš k natáčení poznamenal, že desku sice točil celé léto, ale v červnu, červenci a srpnu si udělal prázdniny a cestoval. Ohlasy kritiků a hudebníků byly ale velmi negativní, časopis Show dal dokonce pouze jednu hvězdičku z možných pěti, prý k Vánocům. Oficiálně si však album s názvem „Tři slova“ vedlo velmi dobře, během dvou týdnů bylo prodáno přes 15 000 nosičů a tím ocenění „Zlatá deska“. Za měsíc se album stalo platinovým, když bylo prodáno 30 000 nosičů.

Za album nakonec Leoš Mareš převzal hned dvě ceny v hudební anketě Český slavík: Objev roku a Skokan roku. Ceny převzal před zraky 4 000 000 diváků ve Státní opeře v Praze. Bylo to i naposledy, kdy Leoš Mareš veřejně vystoupil v kožichu.²⁰²

Hlavní vliv na prodejnost alba byla právě tvář a oblíbenost Leoše Mareše, podle Josefa Vlčka by si mladí lidé koupili cokoli, co Leoš Mareš vytvořil. To bývá ovšem hlavním důvodem prodejnosti jakékoliv populární hudby.²⁰³

Nebyly to však poslední ceny, které získal za svoje pěvecké výkony. Píseň „Lži jsou jako déšť“ vyhrála šestnáctkrát v řadě hitparádu Pepsi Top 20

²⁰¹ MTV. *About Leoš Mareš*. [online]. 2012 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: <http://www.mtv.com/artists/leos-mares/biography/>

²⁰² KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²⁰³ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

na Evropě 2. Vytvořila tak rekord v počtu vítězství. Hitparádu na rádiu Norhtmusic vyhrála dokonce jedenadvacetkrát. Klip k výše zmíněné písni získal Červené eso (za pět vítězství v řadě) v pořadu televize Nova „Eso“.

Album „Tři slova“ mezitím přesáhlo 40 000 prodaných kusů a Leoš Mareš převzal ocenění za druhé nejprodávanější album roku 2001.²⁰⁴

Leoš Mareš v pěvecké dráze ale nechtěl pokračovat mimo jiné proto, že některá rádia písni odmítala vysílat. Nechtěla tím propagovat moderátora konkurenční stanice.

Vydání hudební desky spadalo do trendu rozhlasových stanic, kdy se roku 1991 natočila první písnička moderátorů Evropy 2. Dá se říct, že každý kdo prošel Novou a vydal desku, měl velkou šanci na úspěch při jejím prodeji.²⁰⁵

²⁰⁴ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²⁰⁵ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

7.3 ANALÝZA TELEVIZNÍCH PROJEKTŮ BIG BROTHER, SUPERSTAR, ČESKÝ SLAVÍK

Kdokoliv pracoval jako televizní moderátor měl šanci stát se slavným. A právě televize měla hlavní vliv na Marešův úspěch. Jeho práce na TV Nova ho vnesla do podvědomí široké veřejnosti. Jeho úspěch se promítl do vyšší poslechnovosti „Ranní show“. Tato provázanost televize a rozhlasu je typická pro francouzská média.²⁰⁶

V roce 2003 dostal Leoš Mareš nabídku moderovat hudební pořad Eso.²⁰⁷ O moderování měl zájem již dříve, ale byl odmítnut. Když o něj Nova projevila zájem, stačilo Marešovi pouhých dvacet minut, aby se rozhodl. Moderovat začal v září, a od začátku bylo jasné, že pořad dostane nový směr. O iniciativě, se kterou Leoš Mareš pořad vedl, se zpočátku nevědělo. Scénáře pouze nečetl, sám si je upravoval a vymýšlel i nové rubriky. Například rubriku „nejoblíbenější klip“, který byl později vyhlášen v rámci Českého Slavíka 2003. Leoš Mareš chtěl, aby se z Esa stala hitparáda, která bude uvádět zajímavé novinky ze zahraniční, ale i domácí scény. Dále vytvořil prostor pro zajímavé a oblíbené české zpěváky. Proto zval do pořadu hosty a ve volných vstupech s nimi dělal rozhovory. Cílem bylo navodit uvolněnou atmosféru, aby si host přítomnost ve studiu užil a aby diváci dozvěděli více zajímavých informací.²⁰⁸

Již při moderování Esa se ukázalo, že je schopný moderování zvládnout a vizuálně je zajímavý a atraktivní. To vedlo k tomu, že z něj Nova vytvořila jednoho z klíčových lidí, na kterých byla postavena (dalšími osobnostmi byli třeba Lucie Borhyová, Andrea Němcová, Pavel Zuna, Karel Voříšek, a další). Tento trend se dnes z osobností přesunul spíše na herce v seriálech.²⁰⁹

Stále vymýšlel, jak pořad upravit a vylepšit. Co mu v Esu chybělo byly zahraniční koncerty hvězd. Například při příjezdu zahraničního zpěváka, který byl mezi diváky oblíbený, se snažil o přímý přenos koncertu pro lidi, kteří se na koncert nemohli dostavit. Leoš Mareš se snažil pojmut Eso moderně, informovat o zajímavostech a novinkách, přidat humor a udělat pořad zajímavější. Eso postupně získávalo větší

²⁰⁶ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²⁰⁷ RADIOTV. *Z nuly až na vrchol: Příběh o Leoši Marešovi*. [online]. 2004 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_personalistika/z-nuly-az-na-vrchol-pribeh-o-leosi-maresovi/

²⁰⁸ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²⁰⁹ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

sledovanost. V dotazníkovém šetření, 79 respondentů uvedlo, že si Leoše Mareše pamatují právě z pořadu Eso.²¹⁰

V zimě roku 2003 si splnil Leoš Mareš další profesní cíl, moderování Českého slavíka. Poprvé v historii pořadu, moderoval pouze jeden moderátor. Jeho poznámky, vtipy a glosy byly na hraně, přesto se nebál dělat si srandu ze všech, i ze sebe samotného.²¹¹ „*Moje kamarádka má malou dceru, které se moje kožichy tak zalíbily, že vidí Mareše úplně ve všem, co je chlupaté. V koberci, v dece, a jednou uviděla svoji maminku jak nahá vylézá z vany a zvolala... No... takže kožichy raději ne,*“²¹² prohlásil jako důvod jeho konce s kožichy. Diváky bavil i vymyšlením nových nominací: Michael Jackson za píseň „Páni kluci“ nebo Diana Kobzanová za píseň „Když jde malý bobr spát“ (jako reakce na nafocené odvážné fotografie pro časopis Leo).²¹³

Při moderování se projevila Marešova schopnost rychlé reakce a vtipné formulace, vlastnosti, které má například Karel Šíp.²¹⁴

Většina lidí na Leoše Mareše po Slavíkovi změnila názor. Zjistili, že jeho vtipy jsou originální a neotřelé. Noviny, kritici, celebrity i novináři začali mluvit o „Marešovské revoluci“. Svým moderováním změnil názor lidem, kteří jej měli za „blázna v kožichu“. Celý večer nejen moderoval, ale i bavil vtipy, které sám vymyslel. Některé z nich se sice pohybovaly na hraně slušnosti, Mareš si však dal pozor, aby nikoho neurazil.^{215 216} Podle Miloše Pokorného bylo právě moderování Českého Slavíka zlomovým bodem v jeho kariéře.²¹⁷ Hypotéza č. 2 byla tedy potvrzena. V dotazníkovém šetření na otázku vyjmenujte moderátory Českého Slavíka, uvedlo 79 dotazovaných Leoše Mareše, 74 lidí odpovědělo Libora Boučka a 32 respondentů uvedlo Ondřeje Brzobohatého.²¹⁸

²¹⁰ Viz. Příloha E, Graf 13.

²¹¹ POKORNÝ, Miloš. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha A.

²¹² KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²¹³ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²¹⁴ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²¹⁵ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²¹⁶ MORAVEC, Martin. Leoš Mareš: hvězda, nebo blázen? *IDNES* [online]. 2014 [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://revue.idnes.cz/leos-mares-hvezda-nebo-blazen-dj3-/lidicky.aspx?c=2004MM02A04A>

²¹⁷ POKORNÝ, Miloš. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha A.

²¹⁸ Viz. Příloha E, Graf 5.

„Ujede ve dvou procentech vtipů, víc ne," řekl Pavel Zuna, který Mareše přivedl do Novy. „Je to chytrý kluk, i když měl dlouho jinou image," pokračoval Zuna.²¹⁹

Není možné vědět, co koho dopředu urazí, ale Leoš Mareš dokáže svoje vtipy podat správně. Navíc se stylizoval do podoby mladšího kluka uvolněnější povahy a lidé jsou schopni jeho vtipy lépe přijmout a neurazit se.

Leoš Mareš ovládá dobře metodu mantinelů. Má rád vtip a humor, ale pozná co si může dovolit. Sám si dokázal při vysílání říci řediteli televize o zvýšení honoráře. Diváci brali požadavek jako vtip a smáli se, ovšem Leoš Mareš to myslel vážně. To jak svoje vtipy podává je skoro jakýmsi druhem herectví.²²⁰

Podle hodnocení Milana Krumla mu moderování Českého Slavíka svědčilo nejlépe ze všech pořadů, které do té doby moderoval. Díky osobním vztahům s interprety si mohl dovolit odvážnější vtipy, než které by mohly použít ostatní moderátoři. Díky Marešově moderování se pořad udržel na přijatelné úrovni.²²¹

Na podzim roku 2005 dostal Leoš Mareš šanci moderovat první reality show v České republice. K podpisu smlouvy moderovat Big Brothera ho přesvědčila Lenka Hornová. Sám Leoš Mareš tuto nabídku bral spíše jako tvůrčí výzvu a šanci k profesnímu růstu, než jako šanci zbohatnout. „Dobře vím, že odměny v televizním vysílání jsou standardní, příliš zbohatnout se na nich nedá, nejsme v Americe. Peníze mám opravdu rád, protože jsem byl zpočátku chudý a vypracoval jsem se velmi tvrdou prací. Takže vím, co je to peníze mít nebo nemít. Víím, že mi dávají pocit sociální jistoty a že s nimi mohu udělat radost sobě i svým přátelům. Ale moderování Velkého Bratra na Nově vůbec nevnímám jako příležitost k dalšímu zbohatnutí," řekl při podpisu smlouvy tiskové agentuře Korzo.²²²

Podle Milana Krumla byla práce na reality show tím nejtěžším pořadem, na kterém na Nově pracoval. Údajně jediné co při vysílání fungovalo jak má, bylo Marešovo moderování. Formát nebyl úspěšně adaptován, objevovaly se režijní

²¹⁹ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²²⁰ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²²¹ KRUML, Milan. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha B.

²²² KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

a dramaturgické chyby. Navíc běžel v přímém střetu s konkurenční reality show Vyvolení.²²³

O rok později se Leoš Mareš dostal k moderování třetí řady hudební soutěže Česko hledá SuperStar. Stejně jako v případě Slavíka, se rozhodl, že celý pořad bude moderovat sám. Během vysílání se soutěžících před porotou zastával, čímž získal další desetitisíce nových příznivců. K porotě a celé soutěži se Leoš Mareš vyjádřil, že hudební terminologii moc nerozumí a pojmy jako „jsi pod tónem“, „máš ostré výšky“ nezná. Podívoval se, že šestnáctileté děti těmto termínům rozumí. Zároveň byl fascinován jejich zdokonalováním v dalších kolech.²²⁴

Moderátoři první a druhé řady soutěže byli kvalitní, ale Leoš Mareš přinesl do moderování navíc humor a odlehčení. Většina moderátorů dokáže improvizovat, reagovat na nečekané situace nebo pouze vyplnit vysílací čas. Ovšem málokterý dokáže nad zaplňováním přemýšlet a nabídnout divákům navíc nějaký zajímavý obsah. Díky těmto vlastnostem si pořad udržel vysokou sledovanost. Navíc zaujal novou cílovou skupinu, pro kterou nebyly předešlé řady zajímavé.²²⁵

Práci se věnoval i doma, kdy si po nocích přehrával přenosy ze SuperStar na videu. Byla to jediná možnost jak zjistit, zda soutěžící zpěv zvládli, protože většinu času trávil v zákulisí. Jako u Slavíka, i při SuperStar Leoš Mareš nejen moderoval, ale i bavil lidi svými vtipy, které byly často improvizované. Například když byl Zbyněk Drda označen za záchranáře, poznamenal že vypadá jak Mitch Buchannon.²²⁶ Když vtip zůstal bez odezvy, navázal reakcí na Ilonu Csákovou, že by mohla hrát Pamelu Anderson. Po její odpovědi, že nemá přeci blondřaté vlasy, pohotově reagoval, že to přeci není o vlasech.^{227 228}

V roce 2013 usedl Leoš Mareš jako porotce v nové show Česko Slovensko má talent. Přesun od moderování k soudcování byla nová zkušenost. Překvapilo ho zjištění, o kolik je práce moderátora náročnější. „*Moderování podobných show jsem dělal devětkrát a vždycky jsem jako moderátor porotě záviděl. Protože jsem měl nástup třeba*

²²³ KRUML, Milan. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha B.

²²⁴ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²²⁵ KRUML, Milan. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha B.

²²⁶ Jméno postavy ze seriálu Pobřežní hlídka.

²²⁷ KENT, James. *Milionář s.r.o.: Leoš Mareš*. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.

²²⁸ Cicero, strana 33-34 přiložené diplomové práce.

v poledne, ale přímý přenos běžel až od osmi. Porota si přišla třeba v sedm, pohodička, chlebiček, šampaňský v šatně a pak si šli sednout a já tam potil krev," okomentoval jeden z rozdílů.²²⁹ První kolo soutěže bylo ale náročnější než třetí, kdy se natáčelo osm dní v kuse, s jedním dnem volna. Leoš Mareš je na takové pracovní vytížení zvyklý, takže ho absence všeho, kromě práce a spánku nezaskočila. Neměl čas vyřizovat ostatní zakázky, soukromé telefony ani e-maily.²³⁰

Jeho poctivost a příprava se projevila i zde, před první účastí se díval na verze pořadu z Ameriky, Austrálie a Velké Británie a hledal inspiraci v komentářích tamějších porotců.²³¹ Účastí v soutěži Leoš Mareš přešel po několikaleté spolupráci s TV Nova na FTV Prima. Programový ředitel FTV Prima, Petr Vladyka, si sliboval od Marešova přesunu nové nápady, energii a svěží vítr do vysílání. Leoš Mareš měl zájem o bližší spolupráci a chtěl uvádět svůj vlastní pořad. Inspiraci čerpá v Americe, ovšem druh pořadu, který by mu vyhovoval v Americe vysílají každý den a na to u nás nejsou peníze ani čas.²³² Vlastní pořad je spíš něčím, co by tvořil z nudy, nikoli z ekonomického hlediska. Jedná se o menší byznys a ty v dnešní době moc dobře nefungují. Chce se držet svého, nechat se někým najmout a účinkovat v pořadech nebo jako tvář produktu.

Po přestupu z televizní stanice Nova na Primu dostal Leoš Mareš lepší podmínky. Na Nově měl smlouvu odmoderovat talentovou show anebo talkshow a k tomu jeden nebo dva eventy ročně. Smlouva s Primou je roční, ale dostane honorář i pokud bude pořad zrušen.²³³

Po přestupu Leoše Mareše z Novy na Primu se spekulovalo, jaké následky by mohl mít jeho přesun z Evropy 2 na Impuls. Podle Josefa Vlčka by přechod Leoše Mareše na Impuls byl spíše ke škodě stanice, u Leošovi osoby se totiž objevuje značná

²²⁹ CENTRUMNEWS. *Leoš Mareš: Přál jsem si být slavný. Jsem slavný a jsem šťastný.* [online]. 2013 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://www.centrumnews.cz/zabava/rozhovory/leos-mares-pral-jsem-si-byt-slavny-jsem-slavny-jsem-stastny-50858>

²³⁰ IPRIMA. *Leoš Mareš: Zaskočilo mě, jak těžké je být porotcem!.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/csmatalent2013/novinky/leos-mares-zaskocilo-me-jak-tezke-je-byt-porotcem>

²³¹ Tamtéž.

²³² KOVAČEVIČ, Vedran. *Mareš nadobro mění televizní dres, míří na Primu do poroty Talentu.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: http://revue.idnes.cz/mares-nadobro-meni-televizni-dres-miri-na-primu-do-poroty-talentu-p97-/lidicky.aspx?c=A130506_232426_lidicky_ved

²³³ AUST, Ondřej. *Leoš Mareš: Jsem reklamka, mediálka i reklamní nosič. Za milion ročně.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/leos-mares-jsem-reklamka-medialka-i-reklamni-nosic-za-milion-rocne/>

konfliktnost. Cílová skupina by jej nepřijala. Dle výzkumu stanice Impuls jej za vynikajícího považuje 23 % respondentů, za dobrého 34 %. Za snesitelného ho má 22 % a absolutně nesnesitelný je pro 15%. Jedná se tedy o druhý nejhorší výsledek ze všech testovaných moderátorů.²³⁴ V kvantitativním dotazníku hodnotili respondenti Leoše Mareše převážně pozitivně, jako vtipného ve 165 případech a pohotového, ve 98 případech. 111 respondentů uvedlo, že považují Leoše Mareše jako namyšleného.²³⁵ Jeho „Ranní show“ poslouchá 32% dotazovaných²³⁶ a 73% respondentů by začalo poslouchat jinou stanici, pokud by na ni Leoš Mareš odešel z Evropy 2.²³⁷ Tím byla hypotéza č. 4 potvrzena.

²³⁴ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²³⁵ Viz. Příloha E, Graf 9.

²³⁶ Viz. Příloha E, Graf 6.

²³⁷ Viz. Příloha E, Graf 7.

7.4 LEOŠ MAREŠ JAKO ZNAČKA A NÁSTROJ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

„Já už si ani nepamatuju dobu, kdy to tak nebylo. Být slavný je můj denní chleba. Vždy jsem po tom toužil a nyní nebudu pokrytecky říkat, že mě to obtěžuje. Jsem šťastný, že to tak je, je to moje práce, kterou miluju,“ poznamenal Leoš Mareš.²³⁸

Sociální sítě jsou v dnešní době velice rozšířené, 98% respondentů uvedlo, že je používají.²³⁹ Z tohoto počtu sleduje pouze 23% jakoukoliv českou celebritu.²⁴⁰

Na internetové sociální síti twitter.com se Leoš Mareš zaregistroval 25. 9. 2014. Svůj první příspěvek vzal s humorem: „První tweet je jako první sex. Nebude dobrý.“²⁴¹ Za každého followera se rozhodl darovat 1 Kč nadaci „Naše dítě“. Za pouhou hodinu si jeho příspěvek přidalo do oblíbených 600 lidí. Nakonec získal přes 20 000 followerů. Další známé osobnosti se po jeho vzoru rozhodli uspořádat podobnou kampaň.²⁴²

„Chtěl jsem jen tak zamachrovat. Nebylo to myšleno jako nějaká veřejná výzva,“ říká Mareš. „Jestli se někdo přidal, tak je to spíš model Forrest Gump. Začal běhat a ostatní se přidali sami od sebe.“²⁴³ Nakonec Leoš Mareš přispěl přesně 20 222 Kč.

I když je Marešův vztah se sociálními sítěmi teprve v počátcích (na server instagram.com vstoupil až 13. 1. 2015), jeho vynalézavost se projevila a objevil způsob jak si pomocí nich vydělávat. Mezi svůj zábavný obsah, který momentálně sleduje přes 60 000 lidí, míchá i dobře placenou reklamu.²⁴⁴ Respondenti, kteří sledují české celebrity na sociálních sítích, uvedli ve 48% také sledování Leoše Mareše.²⁴⁵

Jeho hlavním příjmem již nějakou dobu není pouze účinkování v televizních pořadech. Ty jsou podle něj daleko náročnější. V televizi pracuje rád a používá ji jako zdroj financování větších věcí. Asi 85% všech jeho příjmů pochází ze solitérních akcí,

²³⁸ CENTRUMNEWS. *Leoš Mareš: Přál jsem si být slavný. Jsem slavný a jsem šťastný.* [online]. 2013 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://www.centrumnews.cz/zabava/rozhovory/leos-mares-pral-jsem-si-byt-slavny-jsem-slavny-jsem-stastny-50858>

²³⁹ Viz. Příloha E, Graf 10.

²⁴⁰ Viz. Příloha E, Graf 11.

²⁴¹ MAREŠ, Leoš. [“První tweet je jako první sex. Nebude dobrý.”]. In: *Twitter* [online]. 25. Říj. 14, 5:12 odp. [vid. 2014-12-05]. Dostupné z: <https://twitter.com/MaresLeos/status/515111710362181632>

²⁴² MAREŠ, Leoš. [“Posláno. Příspěvek v počtu sledujících @twitter účtu @MaresLeos v 9.32...”]. In: *Twitter* [online]. 29. Led. 14, 5:12 odp. [vid. 2015-2-15]. Dostupné z: <https://twitter.com/MaresLeos/status/560718487824637952>

²⁴³ FORBES. *Leoš pomáhá. Na Twitteru frčí vlna dobra, nelze se nepřidat.* [online]. 2015 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/leos-pomaha-na-twitteru-frci-vlna-dobra-nelze-se-nepridat/>

²⁴⁴ Tamtéž.

²⁴⁵ Viz. Příloha E, Graf 12.

výnosy z televize jsou zbývajícími 15%. Bonusem práce v televizi je i možnost držet si značku a být viděn. Nejvíce peněz si vydělává na firemních konferencích firem jako jsou Allianz, OVB, Coca-Cola, Raiffeisenbank nebo Českomoravská stavební spořitelna. Výše zmíněné firmy si jej najímají opakovaně, právě díky jeho odlišnému přístupu. Nejvíce ceněný je za svou přípravu před prezentacemi a jeho zájmem o téma. Díky tomu není jeho celková prezentace povrchní, a lépe se pak sdělení předává.

Jeho spolupráce na akcích funguje tak, že sedí v publiku a má možnost do prezentace kdykoliv zasahovat, ptát se nebo glosovat. Figuruje jako spojovací článek mezi jevištěm a hledištěm, aby pomohl udržet pozornost lidí, především při dlouhých konferencích. Jeho vstupy firmám pomáhají zvýšit efektivitu.

Dalšími velkými příjmy jsou peníze z různých smluv s partnery z oblasti nápojů, elektroniky nebo oblečení. Průměrně má čtyři až devět takových smluv. Výhodou pro jeho obchodní partnery je i možnost výhodnější propagace jejich výrobků ve vysílání „Ranní show“. Funguje jako reklamní agentura, reklamní nosič a mediální agentura. V oblasti rámcových smluv vymýšlí marketingové mixy, domlouvá lepší podmínky v rádiu. V kampani pro investiční firmu Bossa, na Evropě 2 spolu s Patrikem Hezuckým vysvětlovali posluchačům, jak funguje investování na internetu. Mareš takto využívá přístupu do médií, a lidé se zajímají o vše spojené s jeho osobou. Za výše uvedené služby si vydělá asi milion korun ročně. Na českém trhu by se těžko hledal někdo, kdo může podobné služby nabídnout. Leoš Mareš nepropůjčuje značce pouze tvář, ale vytváří komplexní kampaň.²⁴⁶ Jak poznamenal Josef Vlček, z pracovního hlediska s ním nikdy nebyly problémy.²⁴⁷

V otázce finančních příjmů, byl dříve jednou z mála českých celebrit, které zveřejňovali své příjmy. V zahraničí je to běžná praxe, ale u nás se setkal se silnou negativní odezvou. Raději se diskutím na téma peníze a příjmy vyhýbá, proto také odmítl první žádost o rozhovor pro časopis Forbes. Negativní reakce ale chápe.²⁴⁸ Podle serveru Forbes za poslední tři roky práce na Nově vydělal pět miliónů ročně. Jedná se tak o nejlepší smlouvu, kterou kdy kdo s televizí měl. V televizi Prima má

²⁴⁶ AUST, Ondřej. *Leoš Mareš: Jsem reklamka, mediálka i reklamní nosič. Za milion ročně.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/leos-mares-jsem-reklamka-medialka-i-reklamni-nosic-za-milion-rocne/>

²⁴⁷ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²⁴⁸ CENTRUMNEWS. *Leoš Mareš: Přál jsem si být slavný. Jsem slavný a jsem šťastný.* [online]. 2013 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://www.centrumnews.cz/zabava/rozhovory/leos-mares-pral-jsem-si-byt-slavny-jsem-slavny-jsem-stastny-50858>

honorář ještě vyšší. Dle odhadů se jeho příjmy pohybují okolo 40–50 milionů korun ročně.²⁴⁹

Po Marešově rozhovoru a fotografii na titulní straně v srpnovém vydání časopisu Forbes, si Leoše Mareše vyhlédl Ladislav Blažek pro svoji oděvní reklamní kampaň. „*Kampaň jsme rozběhli v září a mediální ohlas byl okamžitý a kolosální,*“ řekl Blažek.²⁵⁰

Cílem reklamy bylo zvýšit prodej u aktuální kolekce podzim/zima o 15%, ale již za listopad se prodej zvýšil o 20%.²⁵¹ Respondenti v kvantitativním výzkumu uvedli ve 32 případech, že si Leoše Mareše spojují se značkou Blažek. 140 respondentů si Leoše Mareše nespojuje se žádnou značkou.²⁵² Po úspěchu bude Leoš Mareš tvářit značky i v kolekci jaro/léto. Spolupráci si Leoš Mareš užívá: „*Miluju být overdressed a nenávidím být underdressed.*“²⁵³

S Patrikem Hezuckým od 14. 8. 2013 uváděl vlastní show podle britského vzoru QI: Na vše máme odpověď!, která byla ukončena o Vánocích roku 2013. Pořad celkově odvysílal 12 dílů a na první díl se dívalo 380 000 diváků.²⁵⁴ Poslední speciální díl získal 214 000 diváků, sobotní prime-time se ale pro pořad příliš nehodil.²⁵⁵

Podle Mareše byl možná konec pořadu předčasný, ve Velké Británii se prosadil až třetí řadou. Na Primě byl pořad mezi lidmi oblíbený, ale sledovanost se však snižovala. Diváci si pouštěli seriál online na webových stránkách televize Prima, ale televizní sledovanost byla příliš nízká. Prima plánuje obnovení pořadu, který údajně předběhl dobu, ale pomohl „omladit publikum“ stanice.²⁵⁶

²⁴⁹ AUST, Ondřej. *Leoš Mareš: Jsem reklamka, mediálka i reklamní nosič. Za milion ročně.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/leos-mares-jsem-reklamka-medialka-i-reklamni-nosic-za-milion-rocne/>

²⁵⁰ FORBES. *Smoking místo kožichu aneb jak Leoš Mareš vydělává (nejen sobě).* [online]. 2014 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/smoking-misto-kozichu-aneb-jak-leos-mares-vydelava-nejen-sobe/>

²⁵¹ Tamtéž.

²⁵² Viz. Příloha E, Graf 14.

²⁵³ FORBES. *Smoking místo kožichu aneb jak Leoš Mareš vydělává (nejen sobě).* [online]. 2014 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/smoking-misto-kozichu-aneb-jak-leos-mares-vydelava-nejen-sobe/>

²⁵⁴ MEDIA GURU. *Show QI poprvé sledovalo přes 380 tisíc diváků.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/08/show-qi-poprve-sledovalo-pres-380-tisic-divaku/>

²⁵⁵ MEDIAGURU. *Komedie s Jiřím Mádlem ovládla sobotní večer.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-11].

Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/10/komedie-s-jirim-madlem-ovladla-vecer-s-14-mil-divaku/>

²⁵⁶ SPÁČILOVÁ, Mirka. *Prima ruší můj pořad QI. Ale chce silvestrovský díl, žasne Leoš Mareš.* [online]. 2013 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/leos-mares-o-konci-poradu-0hg-/filmvideo.aspx?c=A131009_120000_filmvideo_spm

Změnu z moderátora, na porotce a účinkujícího ve vlastní show Leoš Mareš viděl jako šanci ukázat, že dokáže něco nového. Věří, že zatím využil pouze 20% svého potenciálu.²⁵⁷

*„Kombinace snahy uspět, kreativita, pracovitost a ukázněnost jsou vlastnosti, které mají možnost uspět i dnes. Vždy respektoval firmu, pro kterou pracoval. Lidí jak on je ve světě velmi málo. V celých spojených státech najdeme maximálně dvě až tři podobné osobnosti,“ řekl Josef Vlček.*²⁵⁸

7.5 INTERPRETACE VÝSLEDŮ DOTAZNÍKŮ

Kvalitativní část výzkumu proběhla pomocí rozhovorů. Pan Josef Vlček poskytl nestandardizovaný rozhovor osobně. Pánové Miloš Pokorný a Milan Kruml pomohli s vypracováním předložené diplomové práce prostřednictvím emailové komunikace. Otázky byly pokládány podle profesního zaměření výše zmíněných.

Pro kvantitativní výzkum bylo vyplněno 150 papírových dotazníků, které byly distribuovány osobně. Souběžně s nimi byl spuštěn také online dotazník, který obsahoval stejné otázky. Internetový dotazník vyplnilo 70 osob. Po vyřazení nedokončených nebo jinak znehodnocených dotazníků zbylo 200 vyplněných dotazníků. Všichni respondenti byli informováni, že dotazník je anonymní a bude použit výhradně pro účely předložené diplomové práce.

Ve výzkumu bylo zastoupeno 100 mužů a 100 žen. Méně než 15 let mělo 6 dotazovaných osob, 26 respondentů bylo ve věku 15–19 let, 52 respondentů bylo ve věku 20–26 let, 62 respondentů bylo ve věku 27–35 let, 28 respondentů bylo ve věku 36–45 let, 16 respondentů bylo ve věku 46–55 let a 10 respondentů bylo starších 56 let.²⁵⁹ Dotazovaní uvedli v 48% vysokoškolské vzdělání, druhým nejčastěji uváděným vzděláním bylo středoškolské s maturitou.²⁶⁰

Dotazník se dále zabýval otázkami o moderátorech na české mediální scéně. U otázky „Jaké české moderátory znáte“ uvedlo 179 dotazovaných Leoše Mareše,

²⁵⁷ PANÁČEK, Leoš. *Leoš Mareš ve Forbesu o Talentu i talkshow QI*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-12].

Dostupné z: <http://reality-show.panacek.com/27872-leos-mares-ve-forbesu-o-talentu-i-talkshow-qi.html>

²⁵⁸ VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

²⁵⁹ Viz. Příloha E, Graf 1.

²⁶⁰ Viz. Příloha E, Graf 2.

dále pak 98 dotazovaných Patrika Hezuckého a 61 dotazovaných Libora Boučka. Mezi dalšími často jmenovanými byli Marek Eben a Jan Kraus.²⁶¹ Z moderátorských dvojic byli nejčastěji vzpomínáni Leoš Mareš a Patrik Hezucký, jako další byli uváděni Lucie Borhyová – Rey Koranteng a Karel Voříšek – Markéta Fialová.²⁶² Leoše Mareše, jako moderátora Českého Slavíka uvedlo 79 respondentů, 74 respondentů uvedlo Libora Boučka a 32 respondentů Ondřeje Brzobohatého.²⁶³ Většina dotazovaných si Leoše Mareše pamatuje z pořadu Eso.²⁶⁴

Další část dotazníku se zabývala otázkami ohledně ranního vysílání. 32% respondentů uvedlo, že poslouchá „Ranní show na Evropě 2“.²⁶⁵ 73% posluchačů „Ranní show“ by poslouchalo konkurenční rádio, pokud by Leoš Mareš odešel z Evropy 2.²⁶⁶ Mezi další moderátory ranního vysílání, mimo Leoše Mareše, zařadilo 125 respondentů Patrika Hezuckého, 73 respondentů Libora Boučka a 25 respondentů Lucii Šilhánovou.²⁶⁷

V otázce, kdy měli respondenti zhodnotit vlastnosti Leoše Mareše, bylo nejčastěji uváděno, že je vtipný, pohotový a namyšlený.²⁶⁸

Závěrečná část dotazníku směřovala otázky na sociální sítě a marketing spojený s Leošem Marešem. 98% dotazovaných používá sociální sítě a má na některé z nich svůj osobní profil.²⁶⁹ 23% respondentů sleduje příspěvky českých celebrit na sociálních sítích,²⁷⁰ 48% z nich má profil Leoše Mareše mezi sledovanými.²⁷¹ Většina dotazovaných si Leoše Mareše nespojuje s žádnou značkou, 16% s oděvní firmou Blažek a 8% s automobilovou značkou Ferrari.²⁷²

²⁶¹ Viz. Příloha E, Graf 3.

²⁶² Viz. Příloha E, Graf 4.

²⁶³ Viz. Příloha E, Graf 5.

²⁶⁴ Viz. Příloha E, Graf 13.

²⁶⁵ Viz. Příloha E, Graf 6.

²⁶⁶ Viz. Příloha E, Graf 7.

²⁶⁷ Viz. Příloha E, Graf 8.

²⁶⁸ Viz. Příloha E, Graf 9.

²⁶⁹ Viz. Příloha E, Graf 10.

²⁷⁰ Viz. Příloha E, Graf 11.

²⁷¹ Viz. Příloha E, Graf 12.

²⁷² Viz. Příloha E, Graf 15.

ZÁVĚR

Cílem předložené diplomové práce je popsat moderátora Leoše Mareše jako rozhlasovou osobnost a nástroj marketingové komunikace.

V teoretické části je popsána stručná historie rozhlasového vysílání od prvního samostatného vysílání z Petřínské rozhledny. Dále se kapitola zabývá historií rozhlasové stanice Egrensis, kde Leoš Mareš zahájil kariéru moderátora, a Evropy 2, kde v současnosti uvádí „Ranní show“.

Druhá kapitola se zabývá specifikami mezi rozhlasovou komunikací a komunikací ostatních médií a řeší stavební struktury rozhlasových budov.

Další kapitola se zabývá moderováním, jeho historií a současností. Zde jsou popsány typy moderování, základní chyby a vlastnosti moderátora. Rétorika jako nedílná součást práce moderátora, je popsána na dalších stránkách. Dozvídáme se, o vzniku a historii rétoriky a osobnostech, které položili její základní kameny. Navazující podkapitola popisuje techniky mluveného projevu, jako prostředek k úspěšnému a profesionálnímu projevu moderátora. Důležitost souhry verbální a neverbální komunikace je nastíněna v podkapitole komunikační prostředky.

V páté kapitole se dočteme o významných osobnostech v historii rozhlasového vysílání. Na následujících stranách jsou představeni: hlasatel Josef Laufr, František Kocourek a Bertha Brainard. Ze současnosti je uveden moderátor Jan Rosák.

Poslední kapitola teoretické části se zabývá specifikami marketingové komunikace a reklamou v rozhlasovém prostředí. Dále jsou uvedeny nové marketingové trendy, guerilla marketing a digitální marketing.

Praktická část byla vypracována za pomoci kvalitativních rozhovorů s osobnostmi z rozhlasové praxe a obsahuje popis vývoje kariéry Leoše Mareše. První část se věnuje jeho vstupu do médií díky lokálnímu rádiu Egrensis, dále pak popisuje práci Leoše Mareše na rozhlasové stanici Evropa 2 ve které pracuje dodnes. Na dalších stranách je popsána jeho moderátorská kariéra a pořady, na kterých se podílel, ať už jako moderátor nebo porotce.

Výsledky praktické části byly získány kombinací kvalitativního a kvantitativního výzkumu. Kvalitativní výzkum proběhl se třemi odborníky z rozhlasové a televizní praxe. Rozhovory byly prováděny osobně nebo pomocí

emailové korespondence. Otázky byly odborníkům pokládány dle profesního zaměření tak, aby bylo možné získat potřebné informace k potvrzení nebo vyvrácení hypotéz.

Dotazníky byly distribuovány osobně nebo pomocí internetu a odpovědělo na ně 200 osob. Odpovědi byly využity pro doplnění nebo potvrzení výsledků z kvalitativních rozhovorů.

Jak dokládá výzkumná část hypotéza č. 1 se nepotvrdila, podle Josefa Vlčka byla první moderátorská dvojice ranní show na rádiu Kiss, nikoliv na Evropě 2. Největším zlomem kariéry Leoše Mareše bylo moderování Českého slavíka, tato hypotéza se kvalitativním výzkumem potvrdila. V kvantitativním výzkumu si také nejvíce respondentů vzpomnělo na Leoše Mareše, jako moderátora Českého slavíka.

Hypotéza, která uváděla, že Leoš Mareš je nejznámějším moderátorem v České republice byla rovněž potvrzena kvantitativním šetřením, v němž uvedli respondenti jméno Leoše Mareše ve 176 případech. Na otázku, zda by současní posluchači „Ranní show“ Evropy 2 odešli na jinou stanici, kdyby na ní začal moderovat Leoš Mareš, odpovědělo kladně 73%. Hypotéza č. 4 byla potvrzena.

Leoš Mareš úspěšně prošel světem rozhlasu a televize, ale je to právě pole marketingu, na kterém může udělat svůj další posun a opět ukázat něco nového.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.
- BUCHTOVÁ, Božena. Rétorika. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, Pedagogika (Grada). ISBN 80-247-0868-x.
- BUCHTOVÁ, Božena. Rétorika: vážnost mluveného slova. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010, Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3031-8.
- FREY, Petr. Marketingová komunikace: nové trendy 3.0. 3., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011, ISBN 978-80-7261-237-6.
- HÁJKOVÁ, Eva. Rétorika pro pedagogy. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-1990-0.
- HŮRKOVÁ-NOVOTNÁ, Jiřina a Hana MAKOVIČKOVÁ. Základy jevištní mluvy 2: Učebnice pro 2. a 3. roč. konzervatoří. 1. vyd. Praha: SPN, 1986, Učebnice pro střední školy (Státní pedagogické nakladatelství).
- JANOUSĚK, Jaromír. Verbální komunikace a lidská psychika. Vyd. 1. Praha: Grada, 2007, Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1594-0.
- JANOVSKÝ-DRÁŽĎANSKÝ, Karel. Svobodná Evropa: --a nyní se už hlásí o slovo Karel Janovský-Drážďanský. Ve Vimperku: Papyrus, 1995. ISBN 8085776480.
- JEŠUTOVÁ, Eva. Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu. Vyd. 1. Praha: Český rozhlas, 2003, ISBN 80-867-6200-9.
- KENT, James. Milionář s.r.o.: Leoš Mareš. Banská Bystrica: Imagination of People, 2008. ISBN 978-80-904214-0-0.
- KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. Dějiny českých médií 20. století. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, ISBN 978-80-7367-698-8.
- KÖPPLOVÁ, Barbara. Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, ISBN 80-246-0632-1.
- LANGR, Ladislav. Moderování. Praha: Vyšší odborná škola herecká, skripta, 2005.
- MĚCHUROVÁ, Albína. Jak dobře mluvit a úspěšně jednat: (základy rétoriky a komunikace). Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, ISBN 978-80-86723-32-7.
- MIKULÁŠTÍK, Milan. Komunikační dovednosti v praxi. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010, Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.
- MORAVEC, Václav. Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999): Bulletin o rozhlasové práci 3/2000. Praha: Český rozhlas, 2000, ISBN JD 1343/00-3.

Novák, Jan. Urbanismus a architektura studiových center. Praha: Čs. televize, 1972. 54, [2] s. (http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000448638&local_base=skc)

PROF. PHDR. JIŘÍ KRAUS, Prof. PhDr.DrSc a PhDr RECENZENTI. Rétorika v evropské kultuře. Vydání druhé, přepracované. Praha: Karolinum, 2011, ISBN 9788024623399.

REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-926-7.

ŠPAČKOVÁ, Alena. Moderní rétorika: jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli. 3., dopl. vyd. Praha: Grada, c2009, Poradce pro praxi. ISBN 978-80-247-2965-7.

VERNER, Pavel. Úvod do praktické žurnalistiky. Vyd. 2., přeprac. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, ISBN 978-80-86723-87-7.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. Reklama: jak dělat reklamu. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, Manažer. ISBN 978-80-247-2001-2.

ŽANTOVSKÁ, Irena. Jazyková komunikace v dějinách lidstva. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, ISBN 978-80-86723-55-6.

ŽANTOVSKÁ, Irena. Rétorika: teorie a praxe. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, ISBN 978-80-86723-57-0.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

CICERO, Marcus Tullius a Harold C GOTOFF. *Cicero's Caesarian speeches: a stylistic commentary*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, c1993, ISBN 0807844071.

HALPER, Donna L. *Invisible stars: a social history of women in American broadcasting*. 1. vyd. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, c2001, viii, ISBN 07-656-0581-3.

QUINTILIAN., a James Jerome MURPHY. *Quintilian on the teaching of speaking and writing: translations from books one, two, and ten of the Institutio oratoria*. Carbondale: Southern Illinois University Press, c1987, ISBN 0809313782.

Seznam použitých internetových zdrojů

AUST, Ondřej. *Leoš Mareš: Jsem reklamka, mediálka i reklamní nosič. Za milion ročně*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/leos-mares-jsem-reklamka-medialka-i-reklamni-nosic-za-milion-rocne/>

BARRANDOV. *Barrandovsky videostop - Jan Rosák*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.barrandov.tv/barrandovsky-videostop/jan-rosak>

- BBC. *Czech Republic country profile*. [online]. 2012 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1108489.stm
- BÍLÁ, Martina. *Radio Praha - Velká černá vrána aneb protektorát v ukázkách z rozhlasového archivu*. [online]. 2009 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/zarchivu/velka-cerna-vrana-aneb-protektorat-v-ukazkach-z-rozhlasoveho-archivu>
- BREADWORLD. *Breadworld by Fleischmann's® : History*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.breadworld.com/history/>
- BROWN, Will. Will The Blogger. *The Sad Case of Orson Welles & Paul Masson* [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.willtheblogger.com/post/23420208855/the-sad-case-of-orson-welles-paul-masson>
- BRYCHTA, Jan. *Ředitelka Evropy 2 Jitka Fürst: České posluchače už jsme si vychovali*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-63545160-reditelka-evropy-2-jitka-furst-ceske-posluchace-uz-jsme-si-vychovali>
- CAREEROAGE. *Career Page by the National Alliance of State Broadcasters Associations*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.careerpage.org/jobtypes.php#radio>
- CAREEROVERVIEW. *Radio, TV and Sports Announcer Career, Jobs, and Training Information*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.careeroverview.com/announcers-careers.html>
- CENTRUMNEWS. *Leoš Mareš: Přál jsem si být slavný. Jsem slavný a jsem šťastný*. [online]. 2013 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://www.centrumnews.cz/zabava/rozhovory/leos-mares-pral-jsem-si-byt-slavny-jsem-slavny-jsem-stastny-50858>
- CREWS, Terry. Terry Crews Talks The Expendables 2. *Latinrapper* [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.latinrapper.com/terry-crews-interview.html>
- ČERNÝ, Tomáš. *Sportovní reportér Josef Laufer - 1926*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/archiv/rozhlasovyrok/_zprava/sportovni-reporter-josef-laufer-1926--1265591
- ČESKÝ ROZHLAS. *Sportovní reportér Josef Laufer (1926)*. [online]. 2013 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://prehovac.rozhlas.cz/audio/2971992/>
- ČESKÝ ROZHLAS. *Šťastnou cestu*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/dvojka/porady/_porad/100300/
- ČESKÝ ROZHLAS. *Tandem / Region - střední Čechy*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/strednicechy/tandem/>
- ČESKÝ ROZHLAS. *Vysílání za protektorátu – Dramatické chvíle – Odhalení 89+1 – Příběh Rozhlasu*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/dramaticke-chvile/2812636>
- ČESKÝROZHLAS. *František Kocourek: slova jako živá voda: Osobnosti za mikrofonem*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/_zprava/frantisek-kocourek-slova-jako-ziva-voda--1044923

ČESKÝROZHLAS. *Odbor marketingu a obchodu*. [online]. 2011 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/lide/obchod/>

ČESKÝROZHLAS. *Organizační struktura*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/informace/legislativa/_zprava/organizacni-struktura--794567

ČESKÝROZHLAS. *Radio Praha - Počátky rozhlasového vysílání v Československu*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radio-praha/pocatky-rozhlasoveho-vysilani-v-ceskoslovensku>

ČSFD. *Barrandovský videostop (TV pořad) (2011)*. [online]. 1998 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/291978-barrandovsky-videostop/>

ČSFD. *Bingo (TV pořad) (1994)*. [online]. 1999 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/250795-bingo/zajimavosti/?type=film>

ČSFD. *Jan Rosák*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/45397-jan-rosak/>

ČSFD. *Leoš Mareš*. [online]. 2012 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/39816-leos-mares/>

ČSFD. *Magion (TV pořad) (1984)*. [online]. 2001 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/252348-magion/zajimavosti/?type=film>

ČSFD. *Videostop (TV pořad) (1985)*. [online]. 2002 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/250546-videostop/>

DRESLER, Radek. *Evropa 2 na maximu aneb 16 let cesty na vrchol*. [online]. 2006 [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/evropa-2-na-maximu-aneb-16-let-cesty-na-vrchol/

D'ZURILLA, Christie. It's the guy in the Old Spice commercial: Isaiah Mustafa. *Los Angeles Times* [online]. 2010 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://latimesblogs.latimes.com/gossip/2010/02/isaiah-mustafa-old-spice-commercial.html>

EVROPA2. *MaXXimum muziky*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: <http://www.evropa2.cz/>

FACTUM. *Češi a reklama 2011 Proměny postojů české veřejnosti k reklamě*. [online]. [cit. 2011-9-27] http://www.factum.cz/433_cesi-a-reklama-2011?PHPSESSID=46bdbd11476bb3cda8caa1242dc93ccd

FIORELLA, Sam. *12 Most Clever Guerrilla Marketing Campaigns*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: <http://12most.com/2011/08/04/12-clever-guerrilla-marketing-advertisements/>

FORBES. *Leoš pomáhá. Na Twitteru frčí vlna dobra, nelze se nepřidat*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/leos-pomaha-na-twitteru-frci-vlna-dobra-nelze-se-nepridat/>

- FORBES. *Smoking místo kožichu aneb jak Leoš Mareš vydělává (nejen sobě)*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/smoking-misto-kozichu-aneb-jak-leos-mares-vydelava-nejen-sobe/>
- HAENDIGES, Jerry. *Rudy Vallee & His Connecticut Yankees .. episodic log*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.otrsite.com/logs/logr1022.htm>
- IHNED. *Evropa 2 zařazuje jako jediné rádio víkendovou ranní show*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-63003180-evropa-2-zarazuje-jako-jedine-radio-vikendovou-ranni-show>
- IMBD. *Howard Stern - Biography*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: http://www.imdb.com/name/nm0001769/bio?ref_=nm_ov_bio_sm
- IMPULS. *Rádio Impuls - Soutěže*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.impuls.cz/souteze/>
- IPRIMA. *Leoš Mareš: Zaskočilo mě, jak těžké je být porotcem!*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/csmatalent2013/novinky/leos-mares-zaskocilo-me-jak-tezke-je-byt-porotcem>
- KNOLS, Bart. *Mercedes-Benz should win Cannes creativity award!*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: <http://www.malariaworld.org/blog/mercedes-benz-should-win-cannes-creativity-award>
- KOVAČEVIČ, Vedran. *Mareš nadobro mění televizní dres, míří na Primu do poroty Talentu*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: http://revue.idnes.cz/mares-nadobro-meni-televizni-dres-miri-na-primu-do-poroty-talentu-p97-/lidicky.aspx?c=A130506_232426_lidicky_ved
- KREMER, William. *Ultrasound mosquito repellents: Zapping the myth*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/magazine-20669080>
- KRUPÍČKA, Miroslav a Dita KŘÍŽOVÁ. *Rozhlasová historie*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/archiv/historie/>
- KRUPÍČKA, Miroslav. *Radio Praha - Historie českého rozhlasu*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/historie-cro>
- LOUISARMSTRONG. *Louis Armstrong House Museum - Timeline*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: http://www.louisarmstronghouse.org/timeline/time_1930.htm
- LUNDEN, Joan. *Our story. A place for mom* [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://www.aplaceformom.com/joanlunden>
- M4YOU. *Výhody a nevýhody jednotlivých typů médií*. [online]. 2009 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.m4you.cz/cinnost/vyhody-a-nevyhody-jednotlivych-typu-medii-55>
- MAREŠ, Leoš. ["Posláno. Příspěvek v počtu sledujících @twitter účtu @MaresLeos v 9.32..."]. In: *Twitter* [online]. 29. Led. 14, 5:12 odp. [vid. 2015-2-15]. Dostupné z: <https://twitter.com/MaresLeos/status/560718487824637952>
- MAREŠ, Leoš. ["První tweet je jako první sex. Nebude dobrý."]. In: *Twitter* [online]. 25. Říj. 14, 5:12 odp. [vid. 2014-12-05]. Dostupné z: <https://twitter.com/MaresLeos/status/515111710362181632>

- MARKETINGDONUT. *Radio, TV and cinema advertising*. [online]. 2011 [cit. 2015-01-12]. Dostupné z: <http://www.marketingdonut.co.uk/marketing/media-advertising/radio-tv-and-cinema-advertising/>
- MEDIA GURU, Redakce. *Výhody a nevýhody reklamy v rádiu*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/typy-medii/rozhlas/proc-anone/>
- MEDIA GURU. *Show QI poprvé sledovalo přes 380 tisíc diváků*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/08/show-qi-poprve-sledovalo-pres-380-tisic-divaku/>
- MEDIAGURU. *Komedie s Jiřím Mádlem ovládla sobotní večer*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/10/komedie-s-jirim-madlem-ovladla-vecer-s-14-mil-divaku/>
- MTV. *About Leoš Mareš*. [online]. 2012 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: <http://www.mtv.com/artists/leos-mares/biography/>
- NAB. *Careers in Radio - National Association of Broadcasters*. [online]. 2004 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: www.nab.org/documents/radio/NABRadioCareersSecondEdition.pdf
- NEZVALOVÁ, Mirka. *Jitku Fürst lákala fyzika, nakonec je šéfkou rádia Evropa 2*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://budejovice.idnes.cz/programova-reditelka-evropy-2-d2b-/budejovice-zpravy.aspx?c=A130113_100202_budejovice-zpravy_khr
- PETERA, Martin. *20 let v českém éteru: poprvé s Evropou 2*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/20-let-v-ceskem-eteru-poprve-s-evropou-2/
- PETERA, Martin. *Evropa 2: Nejstarší rádio u nás vysílá přes 23 let*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-61318640-evropa-2-nejstarsi-radio-u-nas-vysila-pres-23-let>
- POTŮČEK, Jan. *Pražské Radio 1 slaví 20 let pirátského vysílání Radia Stalin z Letné*. [online]. 2010 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/prazske-radio-1-slavi-20-let-vysilani-radia-stalin/>
- PROHASKA, Jerry. *Radio Egrensis vysílá od roku 1991, je s námi „na Západě za každé nálady“*. [online]. 2011 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/radio-egrensis-vysila-od-roku-1991-je-s-nami-na-zapade-za-kazde-nalady/
- PROCTER & GAMBLE,. *Old Spice. Old Spice: Vůně muže* [online]. 2011 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=IXiN80baUhg>
- RADIO EGRENSIS. *Nejlepší hudba na Západě*. [online]. 2015 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.radioegrensis.cz/o-nas.html>
- RADIOTV. *Průkopnické soukromé stanice – Rádio Egrensis*. [online]. 2006 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/prukopnicke-soukrome-stanice-radio-egrensis/

- RADIOTV. *Z nuly až na vrchol: Příběh o Leoši Marešovi*. [online]. 2004 [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_personalistika/z-nuly-az-na-vrchol-pribeh-o-leosi-maresovi/
- ROSÁK, Jan. *Jan Rosák | ČRo Dvojka*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/lide/dvojka/_osoba/2833/
- RŮŽIČKA, Daniel. *Federální výbor pro tisk a informace*. [online]. 2001 [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: http://www.totalita.cz/vysvetlivky/cenzura_05.php
- SEDMIDUBSKÝ, Jan. *František Kocourek – osud statečného rozhlasáka*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/cro6/typy/_zprava/1110793
- SEDMIDUBSKÝ, Jan. *Rozhlas Radiožurnál*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://prehravac.rozhlas.cz/audio/2721166/>
- SHEMADEIT. *The Paley Center for Media*. [online]. 2010 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z: <http://www.shemadeit.org/meet/biography.aspx?m=17>
- SPÁČILOVÁ, Mirka. *Prima ruší můj pořad QI. Ale chce silvestrovský díl, žasne Leoš Mareš*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/leos-mares-o-konci-poradu-0hg-/filmvideo.aspx?c=A131009_120000_filmvideo_spm
- SUNÍČKO. *Leoš Mareš ve Forbesu o Talentu i talkshow QI*. [online]. 2013 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://reality-show.panacek.com/27872-leos-mares-ve-forbesu-o-talentu-i-talkshow-qi.html>
- TAMCHYNA, Robert. *Josef Laufer*. [online]. 2000 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/historie/vyroci/_zprava/7933
- TELEVIZE. *TýTý 2013*. [online]. 2014 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.televize.cz/tyty/>
- VALENTA, Zdeněk a Vladimír ZÁPOTOCKÝ. *Radio Praha - Josef Laufer*. [online]. 2001 [cit. 2015-01-11]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/sporthist/josef-laufer/>
- VÝROST, Jozef a Ivan SLAMĚNÍK. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008, s. 251. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1428-8.
- WENTZ, Laurel. *Radio Grand Prix From Talent in Brazil Also Repels Mosquitoes*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z: <http://adage.com/article/special-report-cannes-2012/radio-grand-prix-talent-brazil-repels-mosquitoes/235503/>
- WERBUNG, Gute. *International Radio Festival: Streetposters*. [online]. 2012 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.gutewerbung.net/international-radio-festival-streetposters/>

Seznam použitých ostatních zdrojů

Česká a Slovenská federativní republika. Zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In: *468/1991 Sb.* 1991, 91. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=468&r=1991>

Česká a Slovenská federativní republika. Zákon 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In: *468/1991 Sb.* 1991, 91. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=468&r=1991>

Česká a Slovenská federativní republika. Zákon České národní rady 103/1992 Sb. o Radě České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání. In: *103/1992 Sb.* 1992. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=103&r=1992>

ČESKÁ REPUBLIKA. 231/2001 Sb. ZÁKON provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: *231/2001.* 2001. Dostupné také z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

Česká republika. Zákon 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu. In: *484/1991 Sb.* 1991. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=484~2F1991&rpp=15#seznam>

Česká republika. Zákon České národní rady 36/1993 Sb. o některých opatřeních v oblasti rozhlasového a televizního vysílání. In: *36/1993 Sb.* 1992, 10. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=36&r=1993>

KRUML, Milan. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha B.

POKORNÝ, Miloš. Osobní rozhovor. Praha, 9. 3. 2015. Viz. příloha A.

VLČEK, Josef. Osobní rozhovor. Praha, 13. 2. 2015. Viz. CD.

SEZNAM ZKRATEK

BBC – British Broadcast Corporation

ČSFR – Česká a Slovenská Federativní Republika

NBC – National Broadcasting Company

RFI – Radio France International

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek 1: Rock Radio - Air guitar	III
Obrázek 1: Rock Radio - Guerilla marketing	III

Seznam grafů

Graf 1: Věk	VI
Graf 2: Dosažené vzdělání	VI
Graf 3: Jaké české moderátory znáte?	VII
Graf 4: Vyjmenujte české moderátorské dvojice.	VII
Graf 5: Vyjmenujte moderátory Českého slavíka?	VIII
Graf 6: Posloucháte „Ranní show“ na Evropě 2?	VIII
Graf 7: Pokud jste u předchozí otázky (č. 7) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE. Poslouchali byste ranní show na jiném rádiu, pokud by tam Leoš Mareš přešel z Evropy 2?	IX
Graf 8: Vzpomenete si na jiné moderátory ranního vysílání, kromě Leoše Mareše? ..IX	
Graf 9: Jak na Vás působí Leoš Mareš? (Vypište vlastnosti, např. Marek Eben - konzervativní, pohotový, kultivovaný, seriózní, ...)	X
Graf 10: Používáte sociální sítě? (Profil na: Facebook, Instagram, Twitter, ...)	X
Graf 11: Sledujete příspěvky českých celebrit na sociálních sítích? Pokud jste u předchozí otázky (č. 12) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE.	XI
Graf 12: Sledujete příspěvky Leoše Mareše na nějaké sociální síti?	XI
Graf 13: Z jakého TV pořadu si Leoše Mareše pamatujete?	XII
Graf 14: Spojujete si s Leošem Marešem nějakou značku? Pokud ano, kterou.	XII

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Rozhovor - Miloš Pokorný.....	I
Příloha B - Rozhovor - Milan Kruml.....	II
Příloha C - Obrázky.....	III
Příloha D - Dotazník.....	IV
Příloha E - Grafy.....	VI
Příloha F - Datová matice.....	XIII

Příloha A - Rozhovor - Miloš Pokorný

Miloš Pokorný

Od kdy je na Evropě 2 klasická „Ranní show“?

(něco k jejímu vzniku, kdo se v ní vystřídal, co byly nachytávky posluchačů, popř. i celkově něco zajímavého k začátkům E2)

„Ranní show“ na Evropě 2 vznikla s naším příchodem. Dělali jsme ji v letech 1994-1996 a položili tak základy všech podobných show a také "ranních dvojic" v českém éteru. Pak štafetu převzal Dalibor Gondík, posléze se připojila i Adéla („Gondíks Family“). Stále to však nebylo ono a přišla nabídka pro Leoše Mareše, kterého jsem nabíral na Evropu 2.

Čím byl zapříčiněn skokový nárůst poslechového na E2 na konci roku 2005?

Jednoznačně se definitivně prosadil Leoš jako frontman a zúročil to, co jsme do něho na začátku vložili a marketingově nainvestovali. Navíc díky svým dalším aktivitám začal oslovovat ještě širší spektrum posluchačů a mnohé přetáhl na Evropu 2. Zlomový bod byla jeho první moderace Českého Slavíka.

Jak/proč jste se rozhodl podporovat Leoše Mareše?

(čím se odlišoval od ostatních moderátorů, jsou citace "byl na ránu" "...když to nepůjde, tak tě vyhodíme..." pravdivé, popř. jakákoliv zajímavost k jeho osobě)

Byl přes všechny úlety, kterých nebylo málo, pracovitý a strašně chtěl dělat radio. Hlavně morning show. Pouštěli jsme si Howarda Sterna a vymýšleli co budeme ráno lidem servírovat. Nebál se riskovat a bejt i trapnej, což byla i naše cesta když jsme to dělali my.

Leoš Mareš a Patrik Hezucký

(jaký mezi nimi byl ze začátku vztah, byl nějaký důvod přidání Hezuckého k Marešově ranní "one man" show)

Už se o tom mluvilo i za nás. Patrik u mě dělal zprávaře, ale nebyla to jeho ambice. Navíc se rád bavil a začali jsme po barech rozebírat a koketovat s myšlenkou jak to využít. První konkrétní spolupráce a příležitost byla "Ořechovka 902 10" (parodie na americký kultovní seriál). Tu jsme s Leošem vymysleli a Paťák si tam krom jiných zaexhiboval.

Tah je později úplně propojit vyšel. Leoš získal parťáka, který nemá problém nahrávat a sám za sebe dokáže utáhnout show i když Leoš nemá den nebo patrony. Bylo to šťastné spojení a myslím si, že by Leoš bez Patrika nevydržel tak dlouho.

Příloha B - Rozhovor - Milan Kruml

Milan Kruml

Můžete prosím popsat hlavní body (dle Vašeho uvážení) Marešovi účasti v televizních pořadech?

Z vlastní zkušenosti vím, že si chtěl dlouhou dobu vyzkoušet talkshow a dokonce s ním vzniklo i několik pilotů - zcela určitě vím o jednom na Nově. Výsledkem těchto snah byl i pořad QI: na vše máme odpověď'. Současně bych na vašem místě ještě zpracoval nějaký stručný text, který by zařadil Leoše Mareše do kontextu české rozhlasové moderace (do jaké míry je výjimečný, zda se někomu také podařilo od mikrofonu proniknout na obrazovky - víte, že například Těžkej Pokondr v tomto směru selhal, a vůbec - jaká je situace co se týče televizních moderátorů velkých zábavných a soutěžních show u nás).

Co se pořadů týče, začnu SuperStar

Tam měl Leoš Mareš docela vysoko nastavenou laťku (Ondřej Brzobohatý a Ladka Něgeršová to nedělali špatně), nicméně přidal podle mého názoru pořadu ještě jednu důležitou kvalitu - humor, odlehčení. Díky tomu se podařilo udržet vysokou sledovanost a zaujmout i ty cílové skupiny diváků, které by jinak považovaly pořad za záležitost čistě pro teenagery. Marešovým plusem je, že sice dokáže to, co řada dalších rozhlasových moderátorů, tedy vyplnit v případě potřeby vysílací čas mluveným slovem, improvizovat a reagovat na nečekané situace, ale on k tomu přidal ještě jeden důležitý prvek - přemýšlí i o tom, co říká, nesnaží se jen mluvením zaplnit čas a prostor, ale nabízí posluchačům a divákům i zajímavý obsah.

To u Big Brothera prokázal plně, ačkoli to byla zřejmě nejtěžší úloha, kterou na Nově dostal. Formát nebyl adaptován příliš úspěšně - nevhodný výběr kandidátů, navíc byl nasazen do přímého střetu s konkurenčním pořadem Vyvolení, došlo i k režijním a dramaturgickým chybám, Marešovo moderování bylo v podstatě jediné, co fungovalo tak, jak si Novy původně představovala.

Co se týče Českého slavíka - to podle mého sedlo Marešovi nejlíp - provázel diváky světem, který dobře znal, znal i interprety, může si dovolit vůči nim i to, co jiný moderátor stěží, a i přes zjevné problémy, které jsou s Českým slavíkem už po léta spojeny (vzhledem k tomu, kdo v něm hlasuje, jsou jména vítězů v podstatě obdobná, část hudební scény anketu ne snad přímo ignoruje, ale považuje za méně významnou než jsou třeba Andělé atd.) se dá říci, že jeho moderování pořad udrželo na přijatelné úrovni.

Příloha C - Obrázky

Obrázek 1: Rock Radio - Air guitar



Zdroj: KNOLS, Bart. Mercedes-Benz should win Cannes creativity award!. *Malaria World* [online]. 2012 [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: <http://www.malariaworld.org/blog/mercedes-benz-should-win-cannes-creativity-award>

Obrázek 2: Rock Radio - Guerilla marketing



Zdroj: WERBUNG, Gute. International Radio Festival: Streetposters. *Gute Werbung* [online]. 2012 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.gutewerbung.net/international-radio-festival-streetposters/>

Příloha D - Dotazník

Moderátoři v České republice

1. Pohlaví:

- žena
- muž

2. Věk:

- méně než 15 let
- 15-19 let
- 20-26 let
- 27-35 let
- 36-45 let
- 46-55 let
- více než 56 let

3. Dosažené vzdělání:

- základní
- středoškolské bez maturity
- středoškolské s maturitou
- vysokoškolské

4. Jaké české moderátory znáte?

5. Vyjmenujte české moderátorské dvojice.

6. Vyjmenujte moderátory Českého slavíka?

7. Posloucháte „Ranní show“ na Evropě 2?

- ano
- ne

8. Pokud jste u předchozí otázky (č. 7) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE.

Poslouchali byste ranní show na jiném rádiu, pokud by tam Leoš Mareš přešel z Evropy 2?

- ano
- ne

9. Vzpomenete si na jiné moderátory ranního vysílání, kromě Leoše Mareše?

10. Jak na Vás působí Leoš Mareš? (Vypište vlastnosti, např. Marek Eben - konzervativní, pohotový, kultivovaný, seriózní, ...)

11. Používáte sociální sítě? (Profil na: Facebook, Instagram, Twitter, ...)

- ano
- ne

12. Sledujete příspěvky českých celebrit na sociálních sítích?

- ano
- ne

13. Pokud jste u předchozí otázky (č. 12) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE.

Sledujete příspěvky Leoše Mareše na nějaké sociální síti?

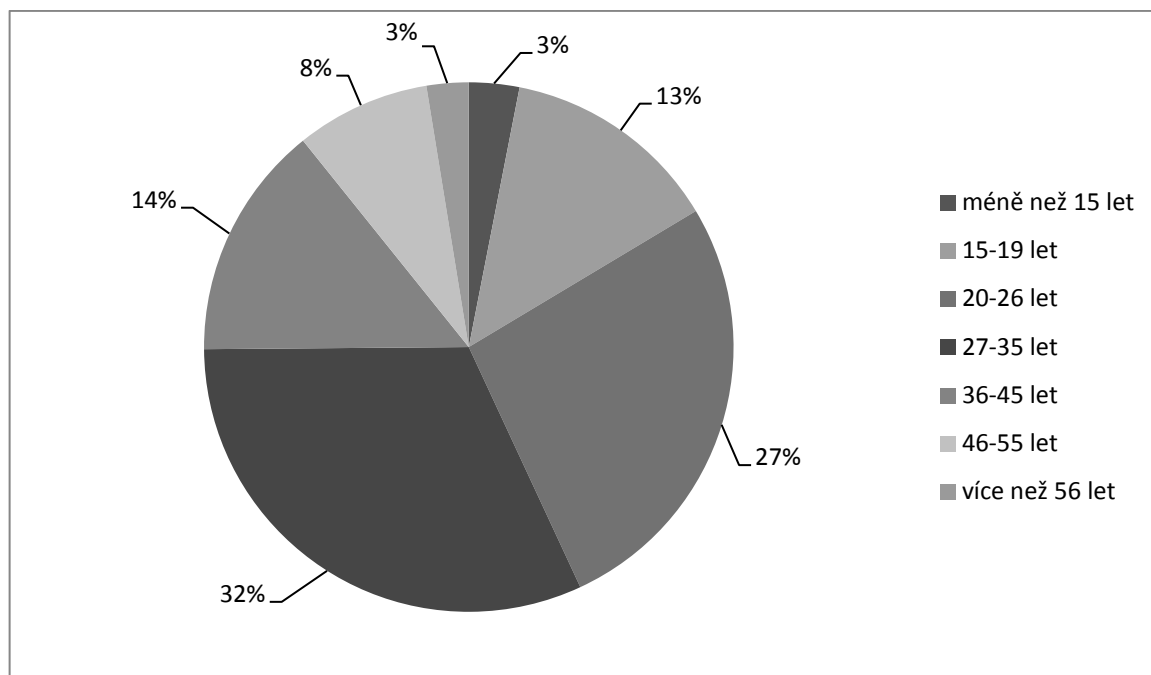
- ano
- ne

14. Z jakého TV pořadu si Leoše Mareše pamatujete?

15. Spojujete si s Leošem Marešem nějakou značku? Pokud ano, kterou.

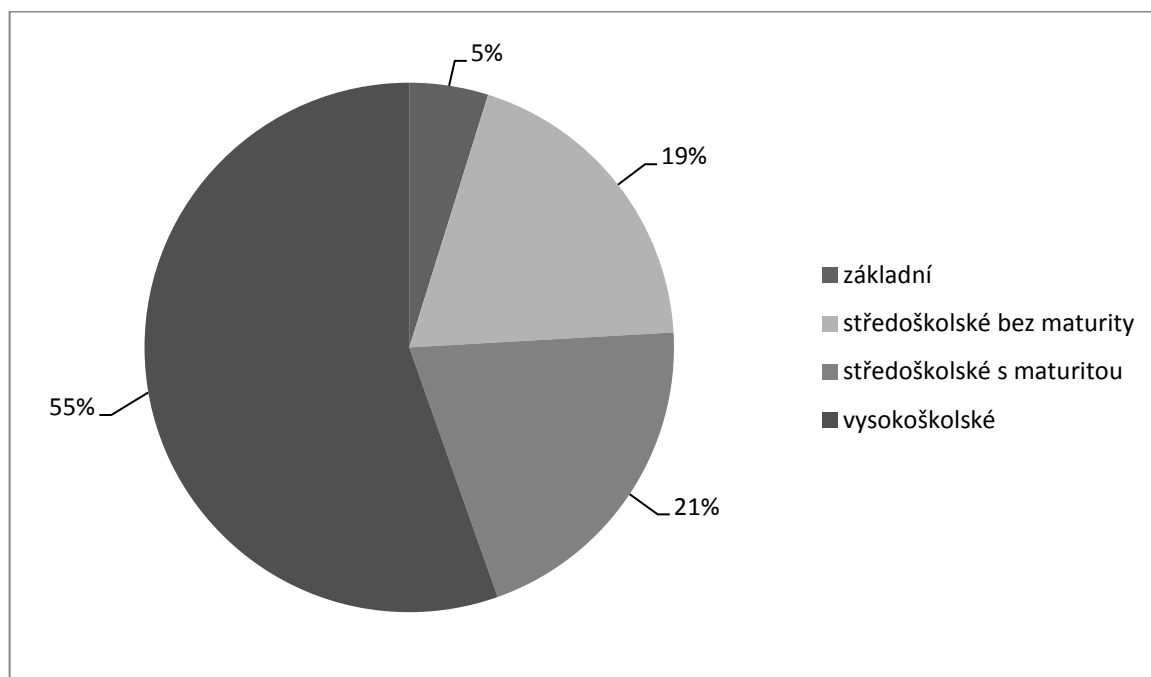
Příloha E - Grafy

Graf 1: Věk



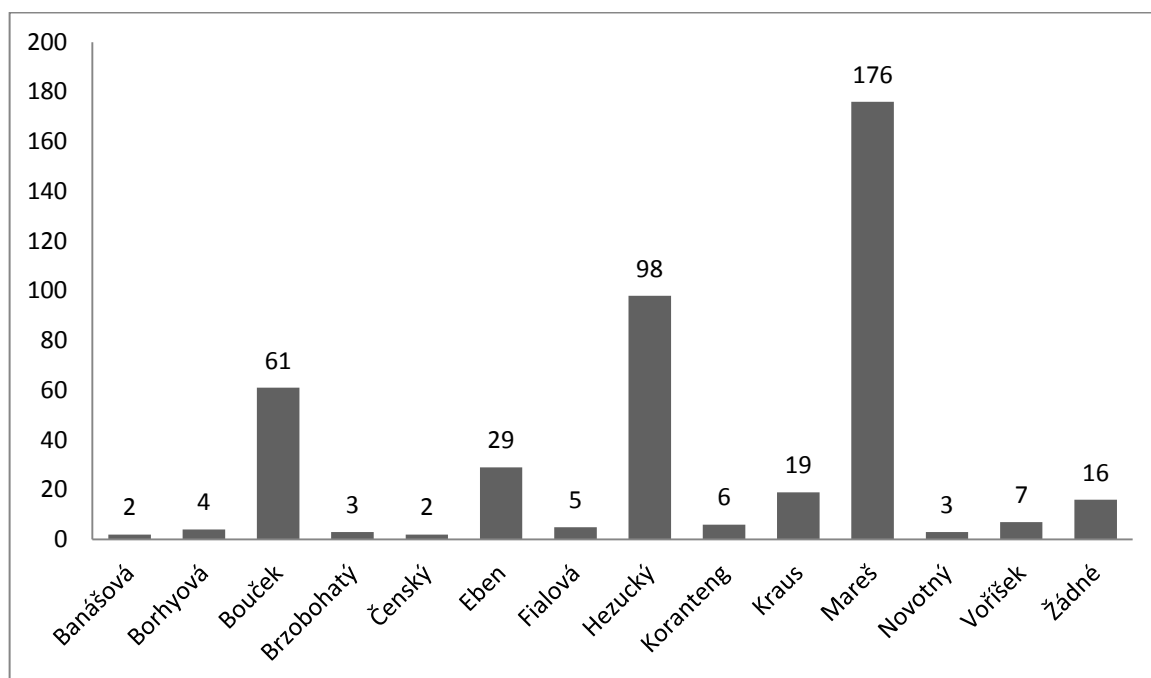
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 2: Dosažené vzdělání:



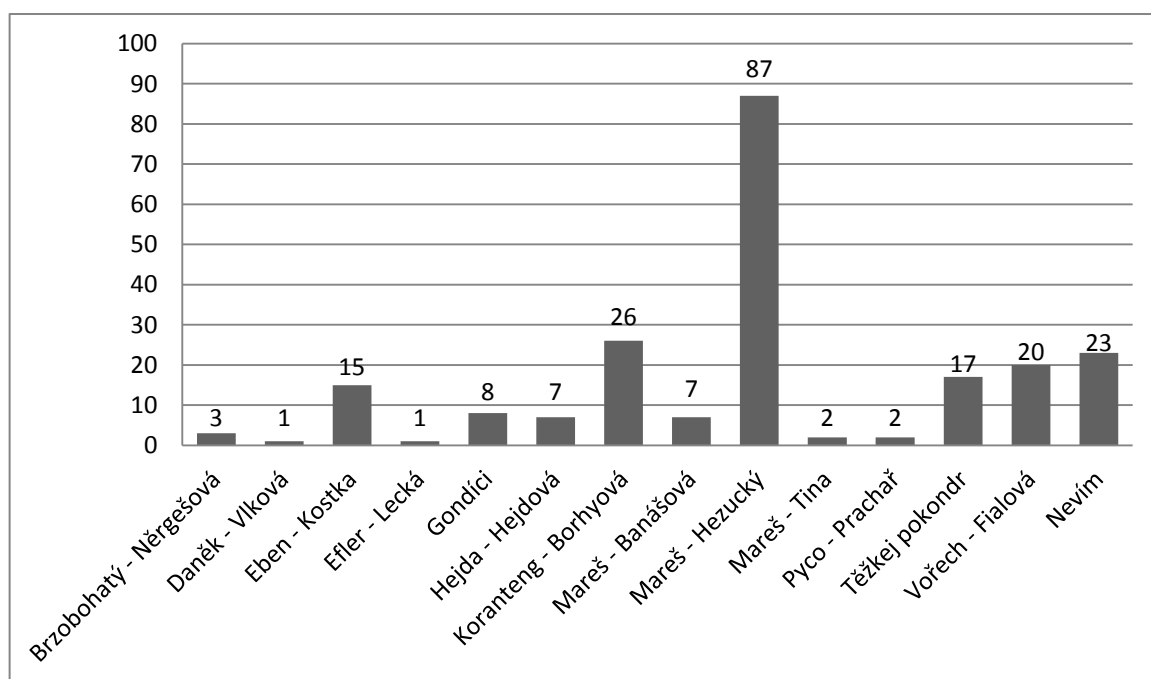
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 3: Jaké české moderátory znáte?



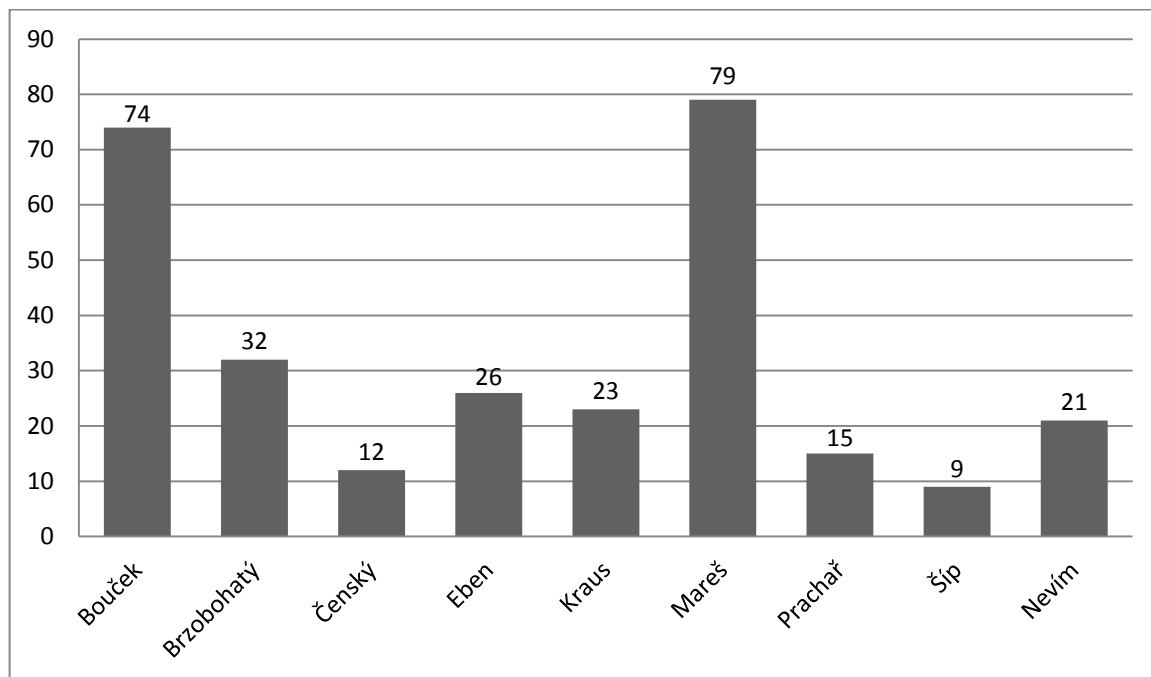
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 4: Vyjmenujte české moderátorské dvojice.



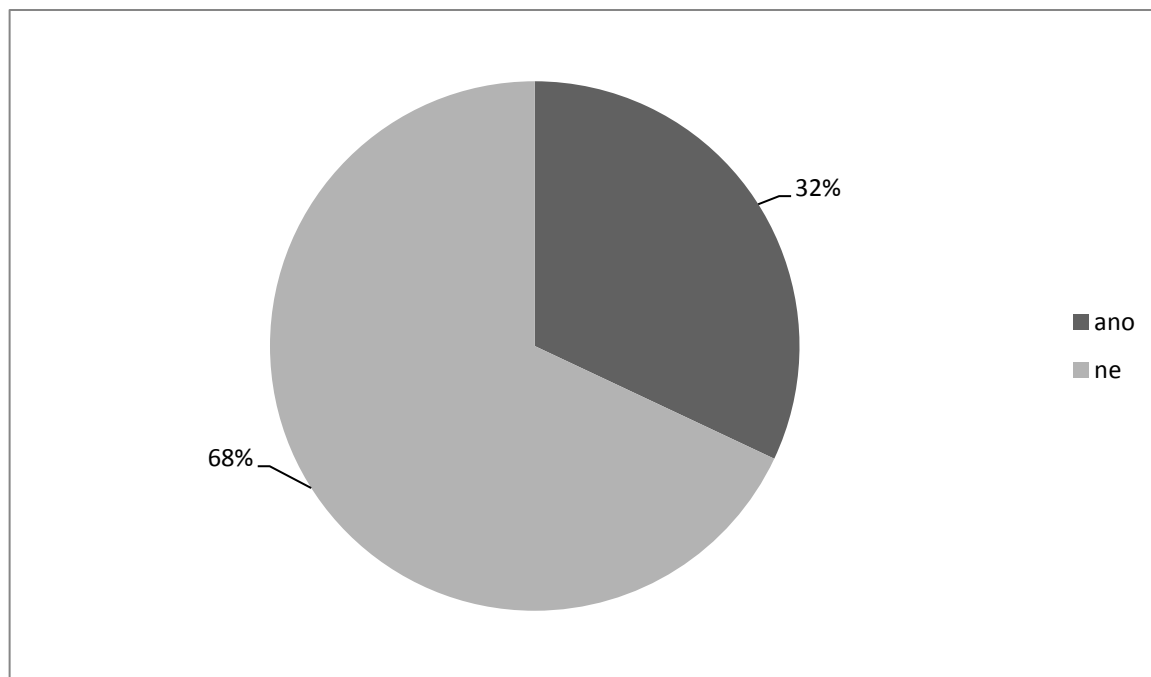
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 5: Vyjmenujte moderátory Českého slavíka?



Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

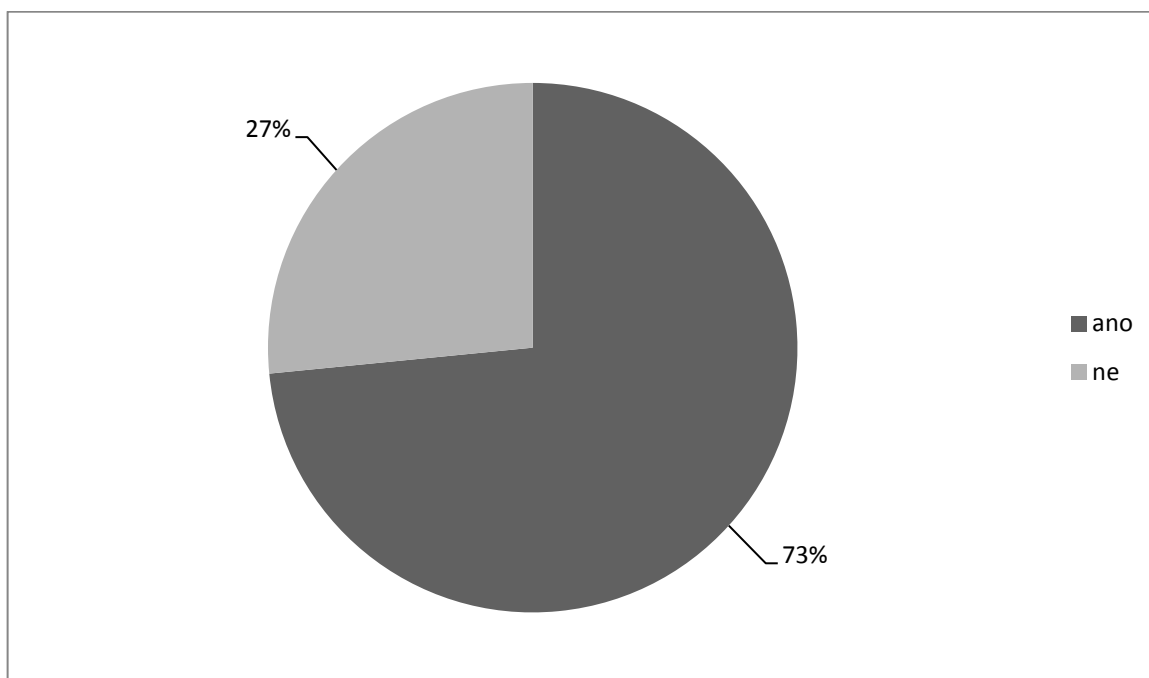
Graf 6: Posloucháte „Ranní show“ na Evropě 2?



Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

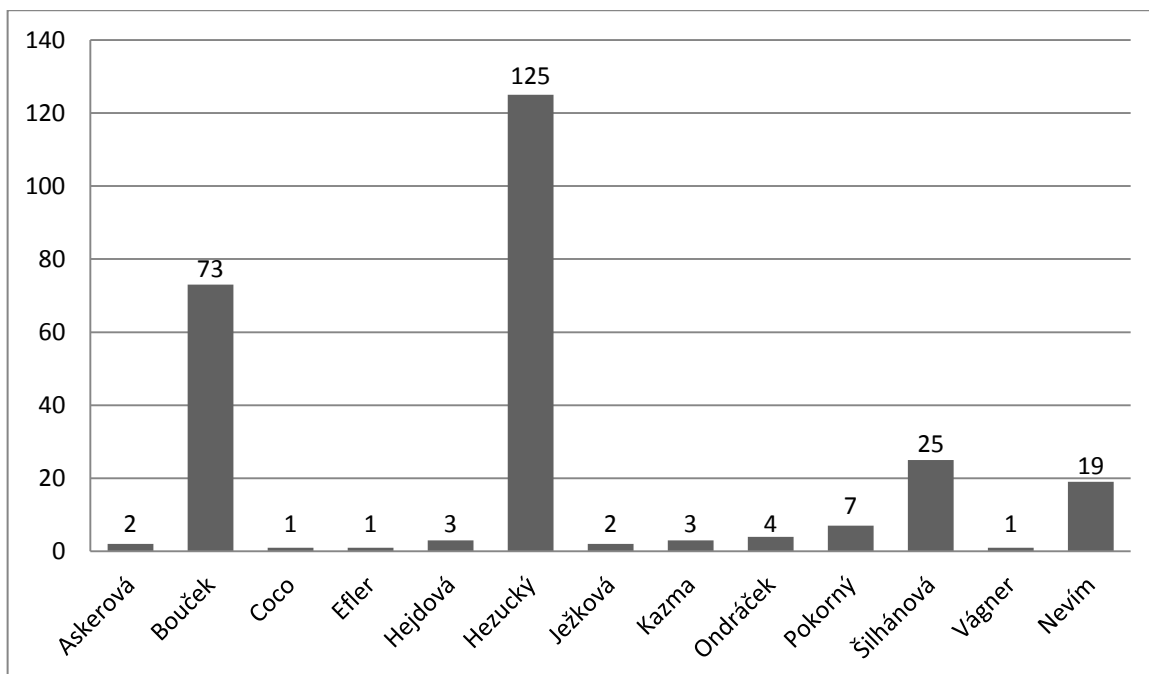
Graf 7: Pokud jste u předchozí otázky (č. 7) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE.

Poslouchali byste ranní show na jiném rádiu, pokud by tam Leoš Mareš přešel z Evropy 2?



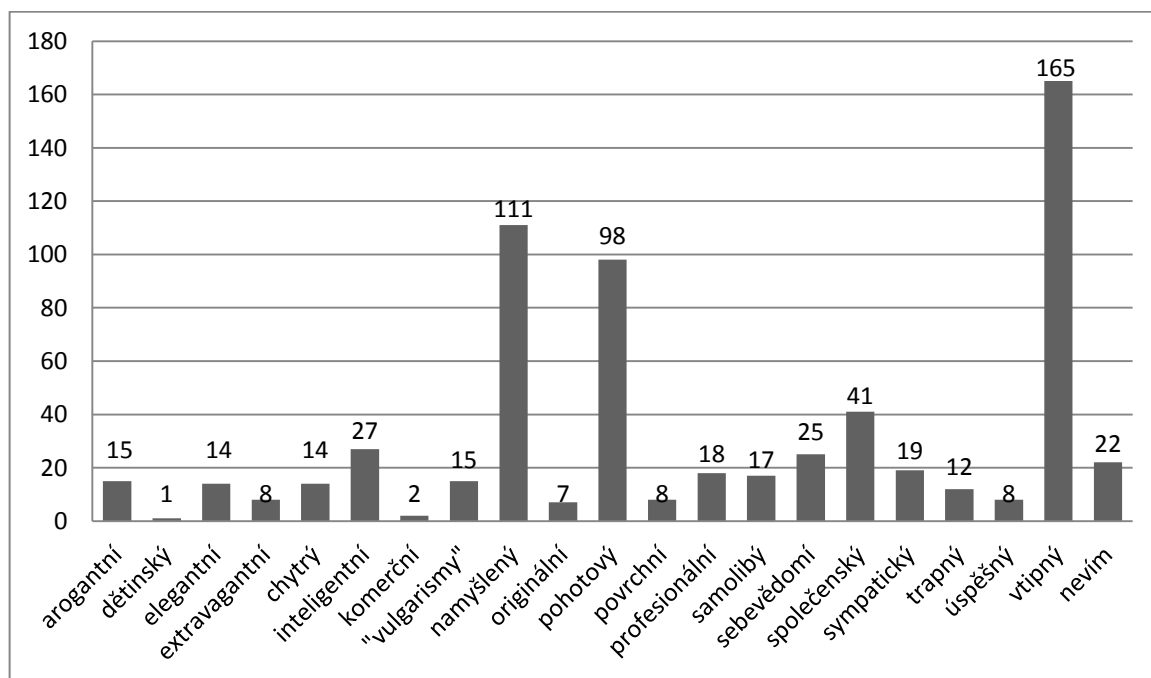
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 8: Vzpomenete si na jiné moderátory ranního vysílání, kromě Leoše Mareše?



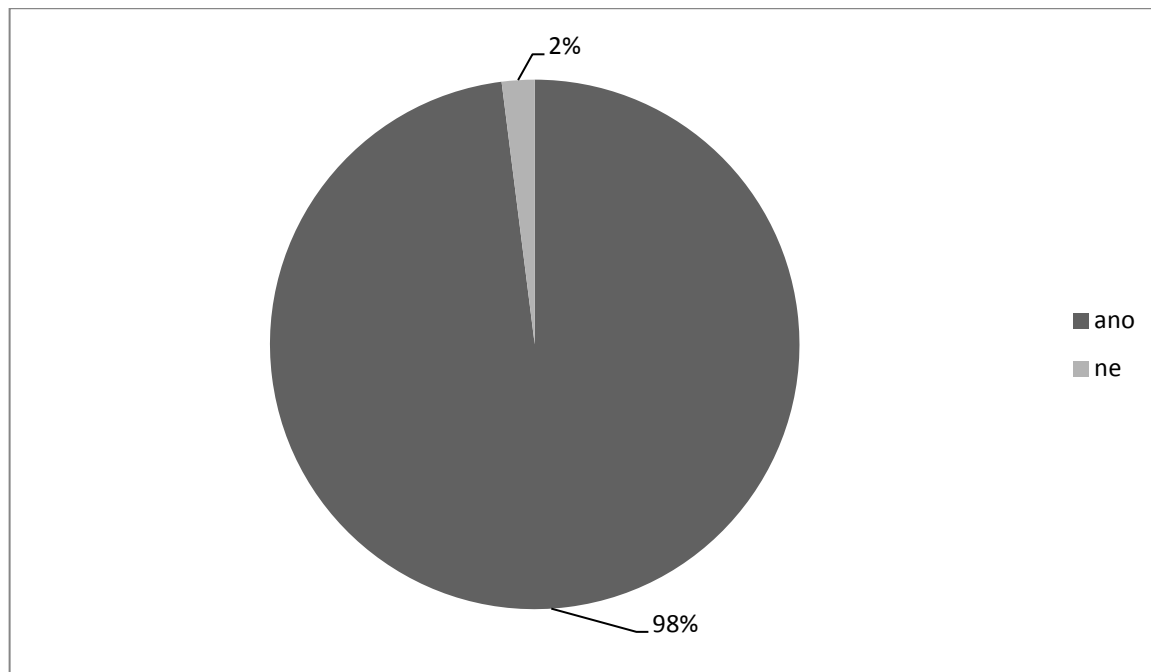
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 9: Jak na Vás působí Leoš Mareš? (Vypište vlastnosti, např. Marek Eben - konzervativní, pohotový, kultivovaný, seriózní, ...)



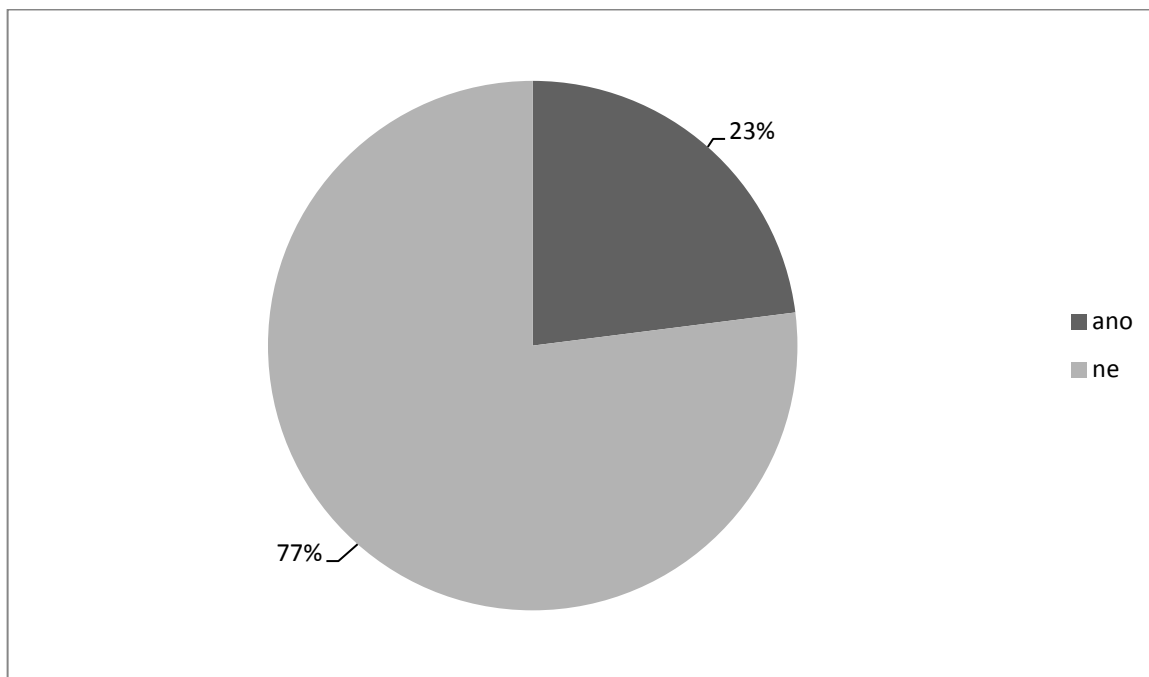
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 10: Používáte sociální sítě? (Profil na: Facebook, Instagram, Twitter, ...)



Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

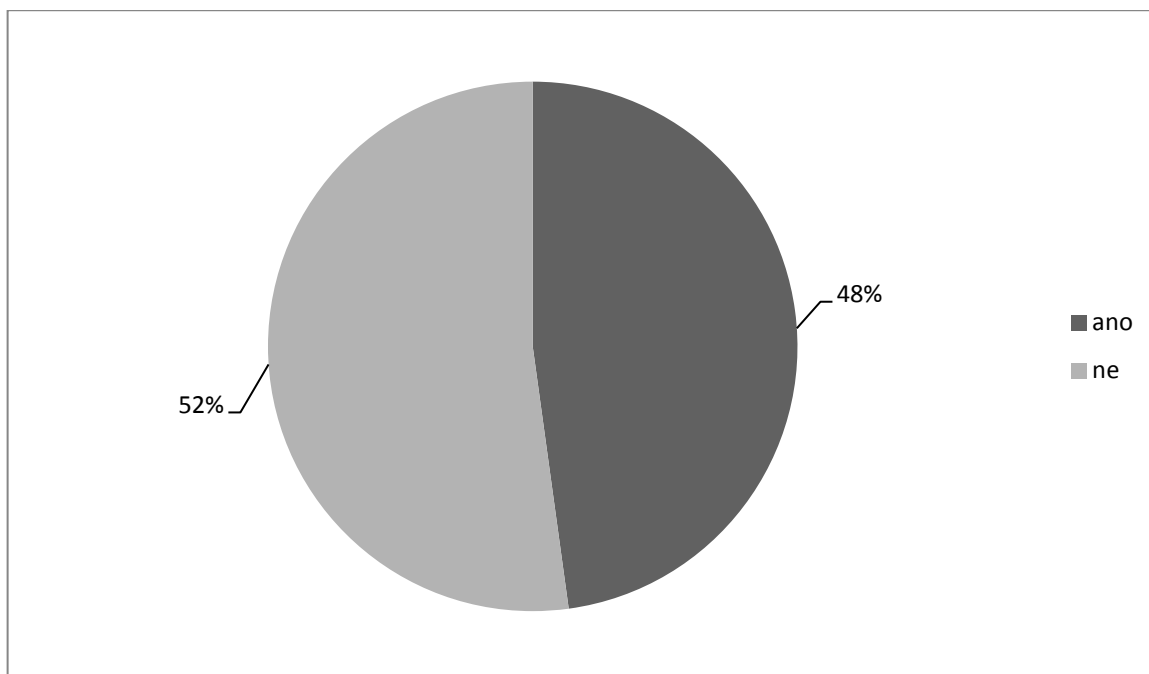
Graf 11: Sledujete příspěvky českých celebrit na sociálních sítích?



Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

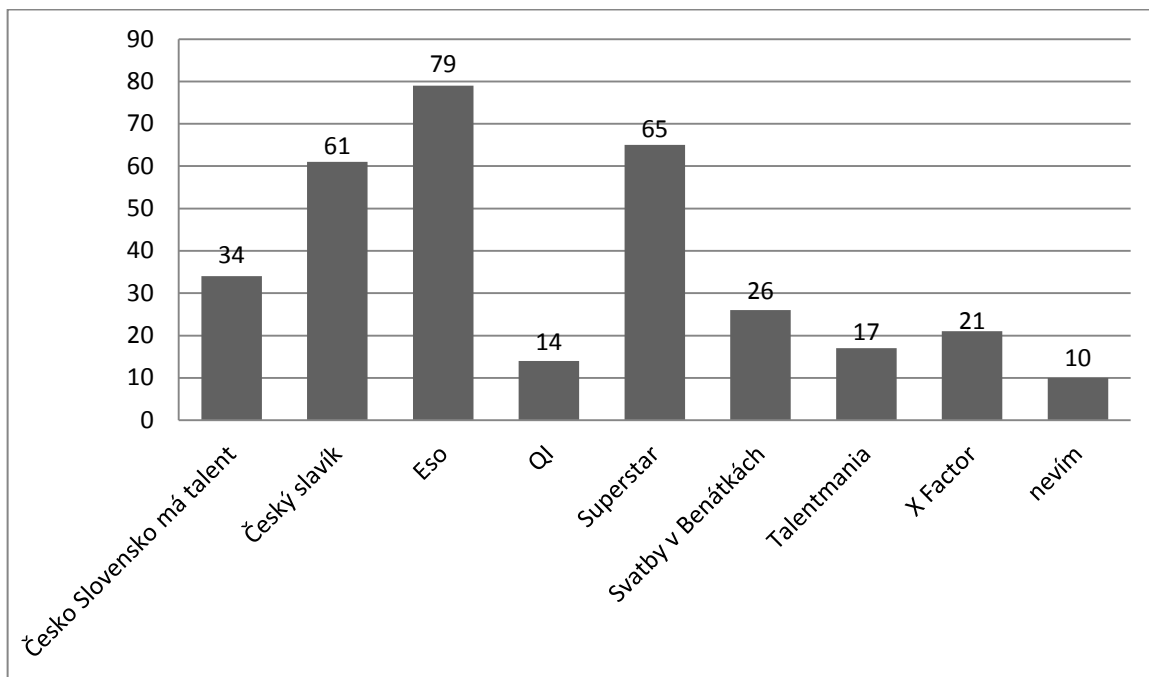
Graf 12: Pokud jste u předchozí otázky (č. 11) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE.

Sledujete příspěvky Leoše Mareše na nějaké sociální síti?



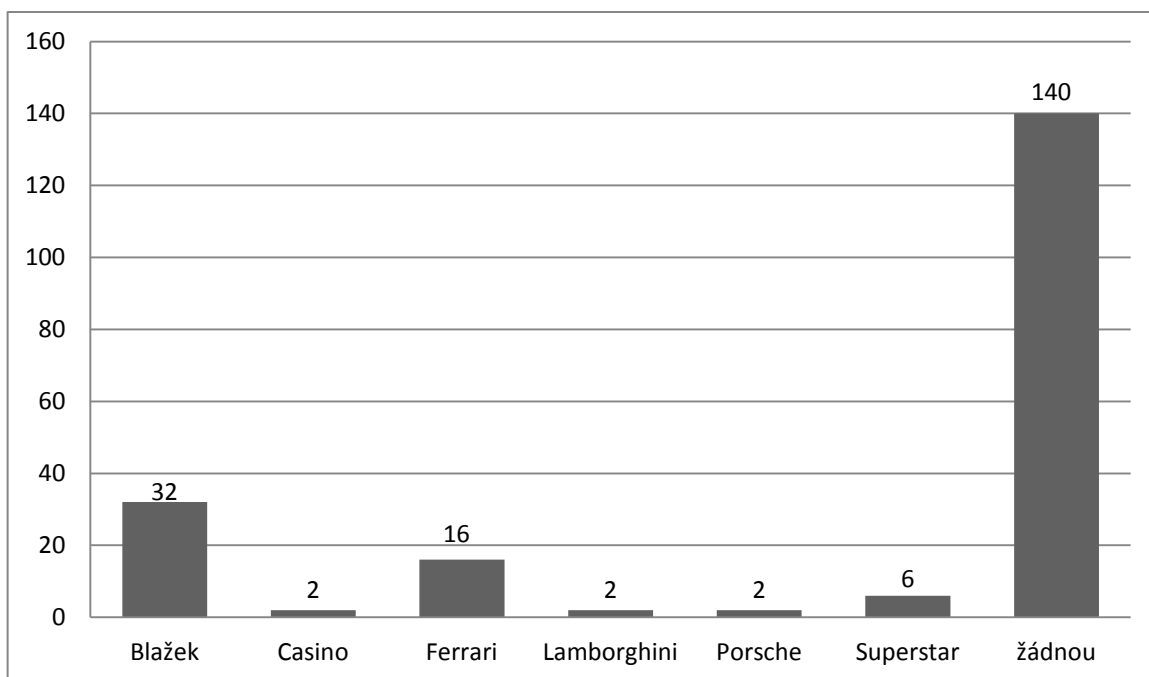
Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 13: Z jakého TV pořadu si Leoše Mareše pamatujete?



Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Graf 14: Spojujete si s Leošem Marešem nějakou značku? Pokud ano, kterou.



Zdroj: Vavřena, vlastní průzkum, 2015

Příloha F - Datová matice

Datová matice: Moderátoři v České republice

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	0	1	2	2,7,10	8	5	0	0	1,5	8,15,19	0	1	x	8	6
2	0	2	1	7,10	8	5	1	x	1,5	8,10,19	0	1	x	1,2	6
3	0	0	0	2,7,10	13	8	1	x	1,5,10	10,19	0	0	0	1,2	6
4	0	2	2	2,7,9,10	8	0	1	x	1	8,10,19	0	1	x	2,6	6
5	0	1	1	7,10	8	8	0	0	1,5	6,19	0	0	0	1,2	6
6	0	4	2	7,10	6	3	1	x	1	8,16,19	0	1	x	2	6
7	0	5	2	7,10	8	2,5	1	x	0,5	8,10,19	0	1	x	1,2,3,4	6
8	0	4	3	13	8	0	1	x	1,5	19	0	0	0	8	6
9	0	0	0	7,10	6	0	1	x	1,5	10,19	0	1	x	2,3,4	6
10	0	4	3	9,10	8	8	1	x	5	8,19	0	0	1	1,0	6
11	0	6	3	2,10	2	3,5	1	x	1,5,10	10,19	0	1	x	1,6	6
12	0	2	1	5,10	6	2,5	1	x	1	8,19	0	0	1	1,2	6
13	0	2	2	6,10	8	3	0	0	5	8,19	0	1	x	2	6
14	0	5	2	4,6,10	13	0,5	1	x	1	8,19	0	1	x	2,0	6
15	0	1	1	9,10	6	5	1	x	1	8,10,19	0	1	x	1,2	6
16	0	1	3	5,10	6	0	1	x	1	8,19	0	0	0	2	6
17	0	0	0	13	12	8	1	x	5	10,12,19	0	1	x	2,6	6
18	0	2	2	2,7,10	6,8	5	0	0	0,5	5,8,19	0	1	x	1,2	6
19	0	1	1	6,10	12	3,5	1	x	1	5,10,16,19	0	1	x	2	2
20	0	2	3	7,10	6,8	0,5	1	x	1	8,16,19	0	1	x	8	0
21	0	3	2	2,7,10	12	2,5	1	x	5	5,12,16,19	0	1	x	3,4	0
22	0	3	2	7,10	8	3,5	1	x	1,5,10	10,16,19	0	1	x	0,1,3,4	6
23	0	4	3	1,10	2	0	1	x	4	10,16,19	0	0	1	1,4	6
24	0	2	3	2,7,10	12	0,5	1	x	5	5,8,19	0	1	x	1	6
25	0	2	1	7,10	8	2,5,6	1	x	1,5,10	19	0	1	x	8	6
26	0	3	3	1,7,10	2	5,6	1	x	5	8,16,19	0	1	x	1	6
27	0	5	2	3,7,10	12	0,5	1	x	1	8,19	0	1	x	2,3,4	6
28	0	1	2	9,10	13	5	1	x	1	5,8,19	0	0	0	2	6
29	0	2	3	5,7,10	8	0,5	1	x	5	20	0	1	x	1	6
30	0	6	1	7,10	8	5,6	0	1	1	8,10,12,15	0	1	x	0,3,4,6	6
31	0	4	3	5,10	2	8	1	x	5	20	0	1	x	4	6
32	0	5	3	9,10	12	3,5	1	x	1	20	0	1	x	2	6
33	0	3	1	7,10	8	0,5	1	x	5	8,10,19	0	1	x	2,3,4	6
34	0	3	2	2,10	8	3,5	1	x	1,5	5,8,10,19	0	1	x	1	6
35	0	6	1	7,10	8	0	1	x	5	8,10,19	0	1	x	2	6
36	0	3	3	6,10	12	0	1	x	1	8,10,12,19	0	1	x	1	6
37	0	2	2	5,10	12	5	0	1	1,5,10	8,10,19	0	1	x	3,4	6
38	0	3	3	8,10	8	0,5	1	x	5	8,10,19	0	1	x	1	6
39	0	5	2	9,10	8	3,5	1	x	1	5,8,19	0	1	x	0,1	6
40	0	2	1	7,10	8	0,4	1	x	1,5	5,12,19	0	1	x	4	6
41	0	1	1	5,10	12	4	1	x	5	0,8,10,19	0	0	0	1	6
42	0	2	2	3,10	6,8	0,7	1	x	4	8,10,19	0	1	x	0,5	6
43	0	2	2	5,10	6	0,5	1	x	5	5,8,10,19	0	1	x	1	6
44	0	1	1	13	13	8	1	x	1,5,10	8,10,19	0	1	x	0,3,4,6	6
45	0	4	3	13	12	5,7	0	0	5	8,10,12,15	0	1	x	4	6
46	0	3	3	7,10	12	5,7	1	x	12	20	1	1	x	0	6
47	0	4	1	5,10	13	0,5,7	1	x	1	20	0	1	x	2	6
48	0	3	3	2,7,10	11	5,6	1	x	1	20	0	1	x	0,6	5
49	0	3	3	7,10	8	8	1	x	1	8,10,19	0	0	1	1	2
50	0	2	3	7,9,10	8	4,6	0	0	5	5,8,10,19	0	0	0	1,7	0
51	0	3	1	2,10	2	5	1	x	12	8,10,19	0	0	0	0	5
52	0	5	3	2,10	11	0	1	x	1,5	8,19	0	1	x	1,7	2
53	0	2	3	2,7,10	11	0,6	1	x	1,5	8,19	0	1	x	1,7	5
54	0	4	3	5,10	6,8	4,5	1	x	1,5	8,5,19	1	1	x	0	2
55	0	2	2	2,7,10	12	5	0	0	1	10,19	0	1	x	4,7	2
56	0	2	2	7,9,10	8	8	1	x	5	8,10,19	0	1	x	1	6
57	0	2	1	7,10	12	5,6	1	x	1,5,10	10,19	0	1	x	2	6
58	0	2	2	5,7,10	8,11	5	1	x	1	4,8,19	0	1	x	4	6
59	0	5	2	7,10	13	0,4	0	1	1,5	8,19	0	1	x	1	6
60	0	3	1	3,10	12	4	1	x	5	8,19	0	1	x	0,6	2
61	0	3	3	7,10	12	8	1	x	9,5	8,19	0	1	x	1	6
62	0	3	3	5,10	11	5,6	1	x	5	8,10,19	0	1	x	4	6
63	0	4	2	2,10	12	5	1	x	5	4,10,19	0	0	0	8	6
64	0	2	2	7,9,10	6,8	8	0	0	1,5,10	10,19	0	1	x	1	2
65	0	6	3	7,10	12	0	0	0	1,5	8,10,19	0	1	x	1	6
66	0	3	2	7,10	8	3,4	0	0	9,5	4,10,18,19	0	1	x	0	6
67	0	2	3	7,10,12	4	0	0	1	1	3,4,11,15	0	1	x	1	8
68	0	5	1	7,10	13	5	0	0	1,5	8,10,19	0	1	x	2	6
69	0	3	3	2,7,10	6,8	0,4	1	x	5	3,8,15	0	0	1	3,4	6
70	0	3	3	7,10	6,8	0	1	x	5	10,19	0	1	x	4	6
71	0	1	2	7,10,12	4	0,3	1	x	5	8,15,17,19	0	1	x	4	6
72	0	3	3	7,10	3	0	0	0	12	20	0	1	x	0,4	1
73	0	3	3	5,7,10	11	0,3	0	0	1,5	3,10,15	0	1	x	4,7	6
74	0	4	2	7,9,10	6	0	0	1	1,5,10	1,10,17,15	0	1	x	4,7	6
75	0	3	3	5,10	5	0	0	0	5,8	3,8,10,11	0	0	0	2,5	6
76	0	3	2	13	11	8	1	x	1,5	20	0	1	x	4,7	6
77	0	0	0	2,10	11	0	1	x	5	5,8,11,15,19	0	1	x	3,4,5	0
78	0	3	2	5,7,10	8	0	0	1	12	20	0	1	x	0,4,6	2
79	0	2	1	9,10	8,11	0	0	0	5	20	0	1	x	1,5	0
80	0	3	1	2,10	13	0	0	1	1	20	0	1	x	2,4	0
81	0	4	0	5,10	6	0	0	0	5,9	4,10,14,19	0	1	x	4,5	2
82	0	3	1	13	5	5	1	x	1,5	10,14,18,19	0	1	x	2,4	0
83	0	3	3	7,10	6	0	1	x	1,5	4,10,17,19	0	0	1	1,5	0
84	0	1	3	2,7,10	8	0	0	1	5,11	8,10,15,19	0	1	x	2,4	4
85	0	3	3	2,7,10	12	2	0	1	1	14,15,18,19	0	1	x	1	0
86	0	1	3	2,7,10	8	8	0	0	1	15,17,18,19	0	1	x	4	0
87	0	1	2	2,7,10	12	1	0	0	5,9	5,8,15,19	0	1	x	0,4	2
88	0	3	3	2,10	12	2	0	1	1,5,10	8,10,11,19	0	1	x	4	6
89	0	4	3	13	8	1	1	x	1	4,10,13,19	0	1	x	2,3,4	6
90	0	3	2	2,7,10	2	0,1	1	x	7	8,10,15,19	0	0	1	0,6	6
91	0	3	2	7,10,12	8	2,4	1	x	1	8,10,13,19	0	1	x	4	6
92	0	3	3	2,7,10	8	0	1	x	1	4,8,10,19	0	1	x	1	6
93	0	3	2	2,7,10	11	5	0	0	8	8,13,19	0	1	x	2	6
94	0	5	3	9,10	0	2,3	1	x	5	10,12,19	0	1	x	2	6
95	0	2	3	2,10	7	6	0	0	1,5,10	8,14,19	0	1	x	4,7	6
96	0	3	1	7,10	8	0,1,3	1	x	5	8,10,14,19	0	1	x	0	6
97	0	5	3	2,10	4	0,1	1	x	7	0,8,14,19	0	1	x	1	6
98	0	4	2	9,10	8	4	0	1	1	8,10,14,19	0	1	x	2	6
99	0	1	3	7,10	8	1	0	0	5	8,10,14,19	0	1	x	2,7	6

100	0	4	3	2, 10	0	0, 4	1	x	1	10, 14, 19	0	0	1	2	2
101	1	5	1	7, 10	8	5	1	x	5	3, 10, 14, 17	0	1	x	4	6
102	1	3	3	12	2	0	1	x	1, 5, 10	10, 14, 17, 19	0	1	x	0, 3, 4, 6	2
103	1	6	3	2, 10	8	0	0	0	0	8, 10, 19	1	1	x	3, 4, 5	6
104	1	3	2	9, 7, 10	8	1	1	x	12	5, 8, 12, 19	0	1	x	2	0
105	1	2	2	2, 7, 10	7	5	0	1	5	5, 8, 19	0	1	x	8	6
106	1	5	1	5	4	5	1	x	1	13, 15, 19	0	1	x	4	0
107	1	3	1	13	2	8	1	x	2	8, 15, 19	0	1	x	2	0
108	1	6	2	7, 10	7	3	0	0	1	10, 13, 19	0	1	x	1, 7	0
109	1	3	3	7, 10	8	0	0	1	12	8, 10, 14, 19	0	1	x	0, 6	0
110	1	3	1	2	13	0	1	x	6	10, 12, 14, 19	0	1	x	1	6
111	1	1	2	7, 10	5	0	1	x	5	0, 10, 12, 19	0	0	1	2	6
112	1	5	2	2, 7, 10	6, 8	1	1	x	1	3, 6, 12	0	1	x	2, 5	6
113	1	1	3	4	2	0	1	x	9	10, 13, 19	0	1	x	4	6
114	1	6	2	2, 7, 10	6, 8	2	0	0	4	0, 7, 10, 19	0	1	x	0, 5, 6	6
115	1	1	1	2	11	0	1	x	1, 5, 10	0, 3, 7, 10	0	1	x	4	0
116	1	3	3	7, 10, 11	6	0, 1	0	0	12	7, 8, 10, 19	0	1	x	4, 5	0
117	1	5	3	5, 10	11	3	1	x	1, 5	8, 9, 10, 19	0	0	1	8	5
118	1	2	2	7, 10	6	1	1	x	12	8, 13, 14, 19	0	1	x	1, 7	2
119	1	0	0	9	13	8	1	x	5, 6	8, 10, 13, 19	0	1	x	2	0
120	1	3	2	5, 10	4	4	1	x	1	8, 15, 17, 19	0	1	x	1	6
121	1	2	3	2	8	0, 1	1	x	5, 9	8, 10, 15, 19	0	1	x	2, 5	0
122	1	2	3	6, 10	2	4	1	x	12	2, 3, 10, 11, 12	0	1	x	2, 4, 5	6
123	1	3	1	5, 10	8, 11	0, 5	1	x	1, 5, 10	8, 11, 19	0	1	x	0, 4, 6	6
124	1	4	3	13	4	0, 1	1	x	1, 5	8, 13, 19	0	0	1	4, 7	6
125	1	3	2	2	1	4, 5	1	x	12	8, 12, 17, 19	0	1	x	2	5
126	1	3	3	5, 10	8, 11	3	0	0	5	8, 11, 17, 19	0	1	x	2, 4, 6	6
127	1	1	1	2	8	0, 1, 4, 5	1	x	1, 5	7, 8, 10, 19	0	1	x	2	6
128	1	6	2	7, 9, 10	5	2	0	0	5, 8	10, 14, 18, 19	0	1	x	2, 4	0
129	1	2	2	2	8	0	1	x	5, 5	10, 14, 18, 19	0	0	1	2	6
130	1	2	1	2, 10	13	2	0	0	1, 5	2, 8, 10, 14, 19	0	1	x	2, 4	6
131	1	3	3	9, 10	8	0, 1, 5	1	x	5, 9	8, 10, 18, 19	0	1	x	1, 5	6
132	1	4	2	2	8	5	1	x	1, 5	2, 8, 13, 15, 19	0	1	x	8	5
133	1	3	2	2, 7, 10	8	5	0	0	5	8, 13, 14, 15	0	1	x	1	6
134	1	3	3	2, 10	13	1, 5	0	0	3, 5	2, 6, 8, 13, 15	0	0	1	2, 5	6
135	1	1	3	7, 10, 12	13	3, 5	0	0	5, 7	20	0	1	x	1	6
136	1	0	0	7, 10	8	2	0	1	1	2, 6, 14, 17, 19	0	1	x	0, 4, 6	0
137	1	3	3	9, 10	8	8	0	0	1	8, 10, 15, 19	0	1	x	0, 6, 7	0
138	1	3	2	2, 7, 10	13	8	0	1	1	8, 14, 15, 19	0	1	x	2, 4, 5	2
139	1	2	1	13	8	0, 1	1	x	5	8, 10, 15, 19	0	1	x	8	6
140	1	6	2	2, 10	4	8	1	x	8	8, 17, 15, 19	0	1	x	2	6
141	1	3	3	5, 7, 10	8	5	1	x	5	8, 10, 14, 19	0	1	x	2, 4, 6	0
142	1	3	2	7, 10	8	1, 3	1	x	5	8, 10, 15, 19	0	0	1	2	6
143	1	4	3	10	9	5	1	x	5	8, 10, 16, 19	0	1	x	2	6
144	1	2	2	5, 10	8	3, 7	1	x	12	0, 2, 10, 14, 19	0	1	x	0, 4	6
145	1	1	3	10, 12	8	5, 7	1	x	5	2, 5, 8, 9, 10, 19	0	1	x	1	6
146	1	2	2	2, 7, 10	13	1, 7	1	x	5	20	0	1	x	2	0
147	1	6	3	6, 7, 10	8	5, 6	1	x	5	5, 8, 9, 15, 19	0	1	x	8	6
148	1	1	3	7, 10	5	5, 6	1	x	1, 5	20	0	0	1	4	6
149	1	2	1	2, 10	9	3	0	0	1, 5, 10	20	0	1	x	0, 4	6
150	1	2	3	2, 10	8	0, 1, 6, 4	1	x	5	20	0	1	x	2	6
151	1	4	2	13	13	4	1	x	12	20	0	1	x	2, 4	0
152	1	2	1	5, 10	8	1	0	0	5	20	0	0	0	2, 7	6
153	1	2	3	13	0	0	1	x	5	20	0	0	0	1	6
154	1	2	2	8, 10	8, 11	0	0	0	1, 5, 10	14, 16, 18, 19	0	1	x	2, 4	2
155	1	1	3	13	4	0	1	x	12	8, 14, 16, 19	0	1	x	2, 4	0
156	1	4	3	1, 10	6	4, 6	0	1	5	2, 5, 11, 15, 19	1	1	x	2, 4, 5, 7	2
157	1	3	2	5, 7, 10	10	1	0	1	1, 5	2, 8, 14, 16, 19	0	0	0	1	0
158	1	1	3	5, 10	6	0, 7	0	1	12	7, 8, 16, 19	0	1	x	2	6
159	1	2	2	1, 10	10, 11	4	1	x	5	2, 8, 17, 19	0	0	0	1, 5	6
160	1	3	3	13	13	4, 7	1	x	5	2, 5, 8, 10, 19	0	0	0	0	6
161	1	4	2	8, 10	6	0, 1, 3	0	0	1, 5, 10	7, 5, 8, 10, 19	0	0	1	2, 5	3
162	1	3	3	7, 10	7	5	0	0	1	8, 9, 10, 19	0	0	1	2	6
163	1	1	2	13	5	1, 5	1	x	1	0, 4, 7, 10, 19	0	1	x	1	6
164	1	2	3	11, 10	6	0, 3, 6	0	0	12	0, 7, 10, 12, 19	0	0	1	0, 5	6
165	1	3	2	7, 10	8, 11	5	1	x	5	8, 10, 15, 19	0	0	1	2	1
166	1	2	3	2, 10	7	8	1	x	5	0, 4, 7, 8, 9, 19	0	0	1	1	6
167	1	3	2	13	13	5	1	x	1	0, 8, 9, 16, 19	0	1	x	2, 5	6
168	1	5	3	2, 10	6, 8	0	1	x	1, 5, 10	20	0	1	x	2	6
169	1	3	2	0, 10	8	5	1	x	5	20	0	1	x	1, 5	0
170	1	2	3	7, 10	8	0, 4, 6	1	x	1	20	0	0	0	2, 4, 7	6
171	1	1	2	2, 10	8	0, 4	1	x	12	5, 7, 8, 15, 19	0	1	x	1	6
172	1	4	3	2, 10	6, 7	4	1	x	5	2, 5, 8, 10, 19	0	1	x	2, 0, 5	0
173	1	3	2	7, 8, 10	6, 8	0, 1, 5	0	0	1	0, 2, 4, 15, 19	0	1	x	0, 7	6
174	1	4	2	2, 10	5	1, 3, 5	1	x	1, 5, 10	2, 7, 9, 15, 19	0	0	0	2, 0	0
175	1	1	3	0, 10	8	8	1	x	5	0, 5, 7, 19	0	1	x	0, 4, 5	6
176	1	2	0	2, 10	7	5	1	x	12	4, 7, 13, 19	0	0	1	1	0
177	1	4	3	5, 7, 10	8	3, 5	0	0	1	0, 5, 7, 12, 19	0	1	x	2, 5	4
178	1	3	3	5, 10	13	0, 5	1	x	5	5, 7, 10, 19	0	1	x	2	3
179	1	1	3	7, 8, 10	8	3, 5	0	0	1, 5, 10	4, 10, 19	0	1	x	2, 4	0
180	1	3	2	5, 10	8	8	1	x	1, 5, 10	8, 10, 19	0	1	x	2, 0, 7	6
181	1	4	2	7, 10	2	5, 6	1	x	12	0, 8, 13, 19	0	1	x	1	6
182	1	2	3	7, 9, 10	8	0, 1	0	0	1, 5, 10	13, 15, 19	0	1	x	1	6
183	1	2	3	7, 10	8	5	1	x	1	13, 15, 19	0	0	0	2	6
184	1	5	2	2, 10	13	5	1	x	5	5, 12, 15, 19	0	1	x	2	6
185	1	2	3	7, 8, 10	8	0, 1	1	x	5	0, 5, 8, 15, 19	0	0	1	0, 7	6
186	1	4	3	11, 10	2	5	1	x	1, 5, 10	13, 15, 19	0	0	1	1	6
187	1	2	2	7, 10	13	3	1	x	5	8, 12, 15, 19	0	0	1	2, 4	6
188	1	2	3	2, 7, 10	8	0	0	0	1	15, 16, 19	0	1	x	2	6
189	1	4	3	7, 10	2	0, 5	1	x	1, 5, 10	8, 10, 16, 19	0	0	0	4	6
190	1	3	2	7, 10	13	0	1	x	1, 5	12, 15, 19	0	0	0	1, 7	6
191	1	2	3	2, 7, 10	8	1	1	x	12	8, 16, 19	0	0	0	2, 5	6
192	1	2	3	7, 10	8	5	1	x	1	15, 16, 19	0	1	x	1, 5	6
193	1	4	2	2, 7, 10	2	1	1	x	1, 5	8, 16, 19	0	1	x	1, 7	6
194	1	3	3	7, 10, 12	13	1, 5	0	0	1, 5	10, 16, 19	0	1	x	1	6
195	1	2	3	2, 10	8	5	1	x	5	10, 19	0	0	0	2	6
196	1	3	3	7, 10	8	1	1	x	5	10, 19	0	1	x	4	6
197	1	4	3	2, 10	8	5	1	x	1, 5, 10	10, 19	0	1	x	1	6
198	1	2	3	2, 7, 10	2	5	0	0	5	10, 19	0	1	x	2, 4	6
199	1	2	3	2, 7, 10	8	1, 5	0	1	1	4, 10, 19	0	1	x	1	6
200	1	3	3	7, 10	8	5	1	x	5	10, 19	0	1	x	1	6

Kódovací klíč

Znak	1	Pohlaví:	muž	0
			žena	1
Znak	2	Věk:	méně než 15 let	0
			15-19 let	1
			20-26 let	2
			27-35 let	3
			36-45 let	4
			46-55 let	5
		více než 56 let	6	
Znak	3	Dosažené vzdělání:	základní	0
			středoškolské bez maturity	1
			středoškolské s maturitou	2
			vysokoškolské	3
Znak	4	Jaké české moderátory znáte?	Banášová	0
			Borhyová	1
			Bouček	2
			Brzobohatý	3
			Čenský	4
			Eben	5
			Fialová	6
			Hezucký	7
			Koranteng	8
			Kraus	9
			Mareš	10
			Novotný	11
			Voříšek	12
Žádné	13			
Znak	5	Vymenujte české moderátorské dvojice.	Brzobohatý - Něrgešová	0
			Daněk - Vlková	1
			Eben - Kostka	2
			Efler - Lecká	3
			Gondíci	4
			Hejda - Hejdová	5
			Koranteng - Borhyová	6
			Mareš - Banášová	7
			Mareš - Hezucký	8
			Mareš - Tina	9
			Pyco - Prachař	10
			Těžkej pokondr	11
			Vořech - Fialová	12
Nevím	13			
Znak	6	Vymenujte moderátory Českého slavíka?	Bouček	0
			Brzobohatý	1
			Čenský	2
			Eben	3
			Kraus	4
			Mareš	5
			Prachař	6
			Šíp	7
Nevím	8			
Znak	7	Posloucháte Ranní show na Evropě 2?	ano	0
			ne	1
Znak	8	Pokud jste u předchozí otázky (č. 7) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE. Poslouchali byste ranní show na jiném rádiu, pokud by tam Leoš Mareš přešel z Evropy 2?	ano	0
			ne	1

Znak	9	Vzpomenete si na jiné moderátory ranního vysílání, kromě Leoše Mareše?	Askerová	0
			Bouček	1
			Coco	2
			Efler	3
			Hejdová	4
			Hezucký	5
			Ježková	6
			Kazma	7
			Ondráček	8
			Pokorný	9
			Šilhánová	10
			Vágner	11
			Nevím	12
Znak	10	Jak na Vás působí Leoš Mareš? (Vypište vlastnosti, např. Marek Eben - konzervativní, pohotový, kultivovaný, seriózní, ...)	arogantní	0
			dětský	1
			elegantní	2
			extravagantní	3
			chytrý	4
			inteligentní	5
			komerční	6
			nadávky	7
			namyšlený	8
			originální	9
			pohotový	10
			povrchní	11
			profesionální	12
			samolibý	13
			sebevědomí	14
			společenský	15
			sympatický	16
			trapný	17
			úspěšný	18
			vtipný	19
			nevím	20
Znak	11	Používáte sociální sítě? (Profil na: Facebook, Instagram, Twitter, ...)	ano	0
			ne	1
Znak	12	Sledujete příspěvky českých celebrit na sociálních sítích?	ano	0
			ne	1
Znak	13	Pokud jste u předchozí otázky (č. 12) odpověděli NE, NEVYPLŇUJTE. Sledujete příspěvky Leoše Mareše na nějaké sociální síti?	ano	0
			ne	1
Znak	14	Z jakého TV pořadu si Leoše Mareše pamatujete?	Česko Slovensko má talent	0
			Český slavík	1
			Eso	2
			QI	3
			Superstar	4
			Svatby v Benátkách	5
			Talentmania	6
			X Factor	7
			nevím	8
Znak	15	Spojíte si s Leošem Marešem nějakou značku? Pokud ano, kterou.	Blažek	0
			Casino	1
			Ferrari	2
			Lamborghini	3
			Porsche	4
			Superstar	5
			žádnou	6

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: David Vavřena

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Kombinovaná

Název práce: Leoš Mareš jako rozhlasová osobnost a nástroj marketingové komunikace

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 64

Celkový počet stran příloh: 26

Počet titulů českých použitých zdrojů: 23

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 3

Počet internetových zdrojů: 76

Počet ostatních zdrojů: 9

Vedoucí práce: Mgr. Ladislav Vonz