

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, katedra mediálních studií

Jana Vondroušová

**Talentová show Got Talent jako televizní
formát a jeho kulturní odlišnosti:
komparativní studie čtyř světových verzí**

Diplomová práce

Praha 2014

Autor práce: **Bc. Jana Vondroušová**

Vedoucí práce: **Mgr. Iva Baslarová, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2014

Bibliografický záznam

VONDROUŠOVÁ, Jana. *Talentová show Got Talent jako televizní formát a jeho kulturní odlišnosti: komparativní studie čtyř světových verzí*. Praha, 2014. 81 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Iva Baslarová, Ph.D.

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá talentovou show *Got Talent* jako televizním formátem, na základě kterého porovnává čtyři kulturně odlišné adaptace. Komparace vychází z analýzy pořadů: *Česko Slovensko má talent*, *America's Got Talent*, *Britain's Got Talent* a *China's Got Talent*. Odlišný vývoj televizního vysílání a jiná kultura ve vybraných zemích zapřičiňuje odlišnosti obsahu pořadu v mnoha ohledech.

Teoretická část se soustředí na kulturu a vývoj televizního vysílání ve vybraných zemích. Dále pak popisuje, jak funguje trh s licencemi na televizní formáty, lokální odlišnosti vybraných formátů a rozdíly v adaptaci pořadů a seriálů. Samotná komparativní analýza pak proběhla porovnáním vybraných sérií a konkrétních epizod formátu *Got Talent*.

Z práce vychází zjištění, že světové formáty se liší v mnoha ohledech. Místní kultuře a životnímu stylu se přizpůsobují pravidla soutěže, role porotců, struktura epizod i výběr soutěžících. Naopak společný rys je důraz na hledání příběhů vystupujících a snaží se z každého dílu udělat jeden ucelený příběh prostřednictvím vlastní struktury soutěže. Tato práce dokazuje, že na adaptaci televizních formátů a na obsah konkrétních pořadů má vliv lokální kultura.

Abstract

This thesis deals with talent show *Got Talent* and through this television format compares four culturally different adaptations. This comparison is based on analysis of these four shows: *Česko Slovensko má talent*, *America's Got Talent*, *Britain's Got Talent* and *China's Got Talent*. Content of the shows is different in many respects thanks to distinct television histories and diverse culture in each territory.

The theoretical part focuses on culture and development in television broadcasting in selected countries. Another chapter describes the market with licenses for television formats and differences in local adaptations of shows and series.

Content analysis itself was based on comparison of selected series of the show *Got Talent* and particular episode.

It was found that worldwide television formats differ in many respects. Rules of the show, roles of the judges, dramaturgical structure of episode and casting of contestants are adapted to local culture and lifestyle. There are some common features in shows on the other hand: emphasis on personal life stories of the contestants and effort to create integrated story for whole episode through specific structure of the episode.

We can say that television shows have influence on culture and culture affects content of the programme.

Klíčová slova

Talentová show – *Got Talent* – komparace - Čína – kultura – televizní vysílání – televizní formát – licence – lokální adaptace

Keywords

Talent show – *Got Talent* – comparison - China – culture – television broadcasting – television format – license – local adaptation

Rozsah práce: 158 750 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 13.5.2014

Jana Vondroušová

Poděkování

Nejprve bych ráda poděkovala všem v mé rodině, kteří mě během studia podporovali. Bez jejich trpělivosti bych to nezvládla.

Dále bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce Mgr. Ivě Baslarové PhD. za cenné rady, komentáře a přátelský přístup.

Dále bych ráda poděkovala Janě Heřmanové za rady v oblasti čínské kultury.

Také děkuji všem mým kolegům v TV Prima, kteří se mnou měli trpělivost a poskytli mi cenné rady nejen pro účely této práce. Především Miloši Zahradníkovi, který je mojí inspirací.

Můj velký dík za vše patří i mému bývalému kolegovi, dramaturgovi Lukášovi Frantovi.

Děkuji WuDi, zástupkyni společnosti Fremantle, díky které jsem pochopila a poznala čínský televizní trh.

A především děkuji Sheldon Bailey, zástupkyni společnosti Fremantle. Je to skvělá žena na svém místě, která rozumí tomu, co dělá. Je obětavá a ochotná mi s čímkoli a kdykoli okamžitě pomoci, což platilo nejen v souvislosti s přípravou diplomové práce.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Vondroušová Jana

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2012/2013

E-mail diplomantky/diplomanta:

vondrousovajana@gmail.com

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia / kombinované

Předpokládaný název práce v češtině:

Got Talent – jak se liší licencovaný pořad na základě kulturní příslušnosti a fungování médií ve vybraných zemích

Předpokládaný název práce v angličtině:

Got Talent – differences in licensed show considering cultural citizenship and media system in selected countries

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

2013/2014

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Diplomová práce se bude zabývat talentovou soutěží „Got Talent“, jejíž licence byla prodána do desítek zemí. U nás se nyní připravuje čtvrtá série lokální verze pod názvem „Česko Slovensko má talent“. Licencované pořady mají svá specifika, která popíšete v úvodu práce. Dále práce ukáže, na základě obsahové analýzy, rozdíly mezi čtyřmi vybranými verzemi pořadu. Analyzovat a srovnávat budu původní – Britskou – verzi s naší lokální adaptací, Americkým „America’s Got Talent“ a čínskou „China’s Got Talent“.

Analýzovat budu obsahové, programové i produkční aspekty jednotlivých verzí. Všechny pořady spojuje licence, ale samotný obsah je pak vždy přizpůsoben místní kultuře a televiznímu trhu dané země. Jednotlivé verze budou konzultovány se zástupcem licensora (Fremantle) a případně i s producenty konkrétních pořadů v té které zemi.

Analýza ani srovnání tohoto pořadu nebylo zatím v našem prostředí zpracováno.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Cílem práce je dokázat rozdíly mezi pořady ve vybraných zemích, které jsou způsobeny kulturní příslušností a fungováním lokálních médií. Nákup licence v sobě nese určité prvky, které i přes místní vliv, pořad spojují – i tyto budou prvky předmětem zkoumání.

Analýza jednotlivých pořadů bude prováděna na základě porovnání vizuální, obsahové stránky, velikosti rozpočtu, nasazení v programu, jak jsou vybíráni účastníci, charakteristiky porotců a moderátorů, dynamika střihu apod. – tedy zjištění jak a v čem jsou pořady stejné a v čem jsou odlišné.

Další dílčí otázky: Jaká a čím je ovlivněna budoucnost tohoto formátu v jednotlivých zemích? Je licence vždy zárukou úspěchu tohoto formátu a na čem úspěch případně závisí?

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1) Teoretická část (*co jsou talentové pořady, kdy a jak vznikly*)

a. talentové pořady / reality show (*charakteristika, původ, vývoj*)

b. způsob analýzy (*popis, jak budu provádět obsahovou analýzu, rozhovory*)

2) Vliv kultury na televizní obsah (*reprezentace národní identity, hodnoty zobrazované v médiích*)

- 3) Globální televizní formáty se zaměřením na distributora Fremantle
 - a.vliv globalizace na televizní vysílání
 - b.licencované formáty a obchod s nimi – *se zaměřením na Fremantle*
 - c.fenomén talentových formátů
- 4) Základní údaje o jednotlivých show „Got Talent“ ve vybraných zemích (*počet sérií, vysílatel, nástin vývoje sledovanosti a její porovnání, pravidla soutěže*)
 - a.Česko – Slovensko
 - b.Velká Británie
 - c.USA
 - d.Čína
- 5) Analýza obsahu jednotlivých verzí pořadu (*dynamika střihu a složení epizod, grafika, hudba, znělka, charaktery porotců, obsazení a projev moderátorů*)
- 6) Analýza programu v jednotlivých zemích (*počet a struktura epizod, stopáž, nasazení*)
- 7) Produkční aspekty výroby pořadů (*produkční budget, casting účinkujících, vliv licensora na lokální verzi pořadu, lokace natáčení a harmonogram výroby*)
- 8) Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

- Britain's Got Talent (6.série)
- Česko Slovensko má talent (2.série)
- America's Got Talent (7.série)
- China's Got Talent (4.série)

Metody (techniky) zpracování materiálu:

- sledování jednotlivých epizod vybraných sérií ve vybraných zemích
- rozhovor se zástupcem licensora Fremantle (Sheldon Bailey)
- rozhovor s tvůrci jednotlivých zahraničních epizod

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

- John Fiske and John Hartley: Reading Television* (o roli kultury v televizní tvorbě, proč jsou určité pořady fenoménem co diváky přiměje dívat se na pořady znovu)
- Understanding Reality Television* (vznik a historie reality show, „produkce“ nových celebrit)
- Pierre Bourdieu: O televizi* (role televize v kulturním a politickém životě, jak televize zkresluje obraz skutečnosti)
- Richard Dyer: Only Entertainment* (zábava v televizi, jak a proč se chceme bavit při sledování televize)
- Reality TV: Remaking Television Culture*, kolektiv autorů (vznik a historie prvních reality formátů, proč se do dnes objevují v každé televizi, jak se současné formáty od těch prvních odlišují)
- Mark Andrejevic: Reality TV: The work of being watch* (rozhovory s fanoušky, členy štábu i producenty reality show, trend reality TV a její vliv v sociologickém kontextu)
- John Fiske: Television Culture* (ekonomické a kulturní aspekty televize)

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

- Talentové show v České republice a ve světě-analýza vybraných talentových formátů a jejich postupů v televizním vysílání a jejich vliv na chování publika (Michela Králová)
- StarDance jako globální televizní formát (Kateřina Vítková)

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Obsah

ÚVOD.....	3
1. KULTURNÍ A HISTORICKÝ POHLED NA TELEVIZNÍ TRH VE VYBRANÝCH TERITORIÍCH S OHLEDEM NA ZÁBAVNÉ MEZINÁRODNÍ TELEVIZNÍ FORMÁTY.....	4
1.1. Vymezení tématu.....	4
1.2. Čína.....	5
1.3. Česko.....	9
1.4. USA.....	10
1.5. Velká Británie.....	12
1.6. Shrnutí.....	14
2. TELEVIZNÍ FORMÁT.....	14
2.1. Co je to televizní formát.....	14
2.2. Definice slova „formát“.....	15
2.3. Prvky televizního formátu.....	16
2.4. Paper format.....	18
2.5. Trh s formáty.....	18
2.5.1. Počátky trhu s prodejem licencí.....	19
2.6. Adaptace formátů.....	20
2.6.1. Konzultant.....	20
2.6.2. Adaptace formátů.....	21
2.6.3. Adaptace seriálů.....	22
2.7. Autorská práva na televizní formáty a nejvýznamnější spory, které určily pravidla prodeje.....	23
2.7.1. Právní spory o vlastnictví televizního formátu.....	24
2.8. Proč kupovat licence?.....	25
3. FORMÁT GOT TALENT.....	26
3.1. Co Got Talentu předcházelo a jak vznikl v vybraných zemích?.....	26
3.2. Bible pořadu.....	29
3.3. Konkrétní adaptace formátu ve světě.....	31
4. METODOLOGIE.....	32
4.1. Výběr tématu a výzkumné cíle.....	32
4.2. Výzkumné pole.....	33
4.3. Získání podkladů pro výzkum.....	33
4.4. Postup při analýze.....	34
4.5. Odchytky oproti tezi.....	35

5. Komparace čtyř verzí pořadu GT	36
5.1. <i>Programová strategie</i>	37
5.1.1. Nasazení pořadu ve schématu.....	37
5.1.2. Počet epizod a struktura vybrané série.....	39
5.2. <i>pravidla soutěže a jejich adaptace v jednotlivých verzích</i>	40
5.2.1. struktura vybraných sérií.....	40
5.2.2. casting.....	41
5.2.3. počet vystupujících a postupujících.....	42
5.2.4. pravidla výběru semifinalistů a finalistů.....	43
5.2.5. výhra.....	46
5.3. <i>dramaturgie</i>	46
5.3.1. akcentace příběhů ve vybraných epizodách.....	47
5.3.2. rozložení příběhů do dílu.....	49
5.3.3. pestrost ve výběru vystoupení.....	50
5.3.4. zahraniční vystupující a etnické zastoupení.....	52
5.3.5. porotci a jejich role.....	53
5.3.6. moderátor / moderátoři a jejich role v pořadu.....	56
5.3.7. vítězové vybrané série.....	57
5.4. <i>shrnutí</i>	58
ZÁVĚR	62
SUMMARY	64
POUŽITÁ LITERATURA	65
SEZNAM PŘÍLOH	70
PŘÍLOHY	71

ÚVOD

Televizní formáty jsou v současnosti nedílnou součástí schématu všech větších televizí po celém světě. Obchod s nimi je záležitostí několika posledních let. Není to tak, že by snad dříve formáty neexistovaly, nicméně trh s “nápady” na televizní formáty vznikly až nedávno. Formáty určují i následují trendy v této oblasti a jsou nedílnou součástí vysílacího schématu veřejnoprávních i komerčních televizí u nás.

Jeden z těch větších formátů jsem si pro svoji práci vybrala. *Got Talent* se stal nedílnou součástí dějin televizní tvorby téměř po celém světě.

V diplomové práci se budu věnovat porovnání rozdílných verzí tohoto pořadu. Televizní formát si každá země dle svého publika upraví. Co taková licence na formát obsahuje a jak moc se od “kupované předlohy” lze odlišit? Proč a jak si televize pro své účely tuto soutěž upravily? I na tyto otázky budu hledat odpovědi.

Diplomovou práci jsem rozdělila na tři větší celky.

V prvním bloku vymezím teritoria, na která se budu soustředit. Jsou od sebe kulturně odlišná, což je základní ukazatel pro televizní pořady v dané zemi.

V další části teorie se zaměřím na licence na televizní pořady všeobecně. Staly se významnou součástí obchodu větších filmových a televizních studií. Po 90. letech vzniklo mnoho společností, které se zabývají pouze distribucí licencí a případně prodejem již hotových show po celém světě. V této kapitole popíši definici formátu, jak trh s nimi funguje, jaké jsou motivace licenci na formát koupit, co se s takovou licencí získá a jak to lze adaptovat, co určuje její hodnotu, jak se na formát vztahuje autorské právo apod.

V poslední části věnuji komparaci vybraných verzí pořadu *Got Talent* samotné na základě předem stanovených kritérií a definovaných sérií, respektive epizod.

Pro porovnání adaptací televizního formátu *Got Talent* jsem si vybrala čtyři země: USA, Velkou Británii, Česko (resp. Česko Slovensko) a Čínu. Obsah pořadu ovlivňuje kultura životního stylu dané lokace, historie a povah televizního vysílání a politická ideologie v případě Číny.

Jednu kapitolu věnuji samotnému formátu *Got Talent*. Zmíním se o jeho historii vzniku, o pořadech, které mu předcházely a které ho ovlivnily. *Got Talent* se velmi rychle po

prvním uvedení stal hitem a televize po celém světě kupovaly vedle formátu také úspěšnou obchodní značku.

Vybrala jsem si verzi z Velké Británie (*Britain's Got Talent*), protože tam pořad společnost Fremantle vyvinula a natočila první nevysílatelný pilotní díl. V USA se pořad vysílal poprvé pod názvem *America's Got Talent* a stal nejsledovanější z pořadů letní televizní sezóny a své prvenství si drží každý rok (Kondolojy 2014). Pro kontrast jsem si vybrala verzi čínskou (*China's Got Talent*), která je vlivem politického režimu, tradicí masových médií i výraznou segmentací trhu vizuálně i obsahově odlišná. Česko Slovensko má talent jsem si vybrala pro porovnání lokální adaptace světového formátu.

Od roku 2008 jsem zastávala pozici projektového manažera vlastní tvorby v TV Prima a mezi pořady, které jsem za vysílatele vedla, byla i tato show. Ve druhé sérii *Got Talent* jsem působila také jako kreativní producent; u ostatních sérií pořadu pak supervizor za vysílatele. Od léta roku 2013 zastávám pozici kreativního producenta v oddělení vývoje nových formátů.

Díky zkušenostem a možnosti kontaktovat tvůrce i zkušenější kolegy jsem se rozhodla napsat diplomovou práci na téma show *Got Talent*. Zajímá mě modifikace tohoto televizního formátu vzhledem ke kulturním odlišnostem ve zmíněných teritoriích.

Vycházím z Bible pořadu, která stanoví pravidla pro výrobu lokálních verzí. Porovnám pořady v oblasti adaptace pravidel soutěže i obsahu vybraných dílů. Vybrané země se liší v ohledu struktury dílu, pravidla postupu soutěžících, důležitosti a způsobu vyprávění příběhů, rolích porotců atd. Na základě analýzy obsahů pořadů vysvětlím rozdíly mezi vybranými adaptacemi formátu *Got Talent*.

1. Kulturní a historický pohled na televizní trh ve vybraných teritoriích s ohledem na zábavné mezinárodní televizní formáty

1.1. Vymezení tématu

Tuto kapitolu vidím ve své podstatě jako důležitou součást práce, nicméně nebyl můj záměr, aby byla obsáhlá. Historii televizního vysílání popisuji jen stručně a v závěru se snažím vždy shrnout, jak má vývoj televizního vysílání a strategie programování v kulturně odlišných zemích vliv na podobu pořadu *Got Talent*.

Podle vizuální podoby lokální televizní tvorby v určité zemi, lze přechíst životní styl obyvatel. Vývoj vysílání hraje důležitou roli vzhledem ke komparaci vybraných verzí a i na základě těchto rozdílů jsem si právě Česko, Británii, Čínu a USA vybrala. Každá země má výrazně jinou historii, která vyprofilovala jiné příjemce televizních pořadů. Pak samotné studium televize se historicky soustředí na televizi v národním kontextu (Bignell, 2008: 40). Historie televize a jejích pořadů je důležitá pro sdílení vzpomínek pro jednotlivé generace diváků i pro kulturu celkově. Televize jako médium vždy kladla důraz na okamžik “ted” hlavně kvůli živému vysílání, které od samotného počátku bylo klíčové (Bignell, 2008: 44-45).

Může se zdát snadné sumarizovat historii televizního vysílání za posledních dvacet let, protože máme z této doby již mnoho záznamů, nahrávek a spoustu dalších materiálů. To ovšem paradoxně způsobuje problémy z důvodu, že je materiálu příliš a není možné ho detailně zkoumat. Z dřívějších desetiletí je problém se záznamy přesně opačný. Televize nezachovávaly celé archivy vysílání (pásky se často používaly znovu). Například lze jen obtížně najít zábavné pořady vyrobené do 60. let (Bignell, 2008: 41)

Postupně tedy představím vývoj televizního vysílání ve vybraných zemích. Zajímavé na tom je porovnání, kdy v jaké zemi vysílání vzniklo a jestli bylo kontrolované státem výhradně, částečně nebo vůbec nebylo. Dále zmíním, jak se rychle televizní přijímače objevili v domácnostech, jak vypadaly první programy i další vývoj obsahu vysílání s ohledem na zábavné pořady.

1.2. Televizní vysílání v Číně

1958 byla založena jediná národní televize v Číně, původně pod názvem *Beijing Television*, od roku 1978 dodnes existuje jako *CCTV* (China Central Television). Od počátku svého vzniku sloužila hlavně k šíření ideologie Čínské komunistické strany. Po roce 1978 prošla televize zásadními změnami ve struktuře, financování, posláním a v závěru také programem a vývojovou strategií. CCTV je vnímaná jako obraz čínské politiky, ekonomiky, společnosti. Na ní můžeme sledovat vývoj země k masové konzumaci, i když stále přísně pod pohledem vládnoucí komunistické strany (Zhu, Berry 2009: 40 – 41). První fáze proměny trvala celkem patnáct let, změny se týkaly hlavně provozu samotné organizace. Svoji pozici získali profesionálové v oboru, revolucí si prošla administrativa a samozřejmě technika. Začaly vznikat nové programy

– byly to hlavně magazíny, zprávy a dokumenty. To dokazovalo, že se média v Číně snažila být více orientovaná na publikum a brala více ohled na jejich zájmy.

Od poloviny 80. let se obsah pořadů začal odchylovat od politických kázání a statistických dat k zábavě, hudbě, sportu, filmům i cílit na děti.¹

Druhá fáze proměny CCTV začala v polovině 90.let. Do té doby řídila výrobu pořadů samotná komunistická strana, televizní profesionálové byli pouze zaměstnanci, kteří vykonávali a neměli žádnou pravomoc. Až po mnoha letech mohla sama televize fungovat jako samostatná organizace, která si rozhoduje o svém rozpočtu, programu a managementu. Od roku 1994 začala CCTV ochodovat se reklamním prostorem. Do toho roku zprovoznila postupně 16 kanálů a tím se stala jednou z nejlivnější televizí na světě (2009: 47). To pro CCTV měla pochopitelně znamenalo problém – chtěla si zajistit nejen dominantní postavení, ale také privilegium jediné celostátní televize. V roce 2004 zjistila organizace *China Media Research*, že vysílání lokálních satelitních televizí lze zachytit i v jiných provinciích než v těch, kde mají povolení vysílat (2009: 51). Aby si CCTV zajistila vliv, jsou všechny televize na území Číny povinni každý den vysílat jejich *Evening News*. Každý den tak mohlo televizi některý z kanálů sledovat až 650 miliónů diváků v Číně (údaj k roku 2009). Televizní zprávy (*Evening News*) denně sleduje kolem 400 miliónů diváků (2009: 41). I přesto, že se zdá být vysílání svobodné a orientované k tržní ekonomice, je stále podřízeno Čínské komunistické straně. Není to již prvoplánově a televize tak nepůsobí jako její nástroj. Všechna média jsou vlastněny státem a to znamená, že musí jednat tak, jak jim je nařízeno stranickou organizací *Central Committee*. Podle nich musí všechny programy přispívat k politické stabilitě a komunistické ideologii. Nesmí se tedy propagovat jiné než komunistické názory, osobní názory na politiku jsou veřejně nepřípustné. Po zavedení těchto pravidel klesla sledovanost pořadu *Focus*² ze 47% podílu na trhu v roce 1998 na 17.5% v roce 2002. Pořad přestal být kontroverzní poté, co do obsahu začaly zasahovat vládní autority. V tomto období se začaly potlačovat špatné zprávy a důraz se kladl na informace příjemné a pozitivní. Trh se tak stal orientovaný na vládnoucí skupinu spíš než na lidi. (2009: 49) Média v Číně jsou více zrcadlem politiky než celé společnosti. Jejich zásadní role je zrcadlit potřeby vládnoucí strany spíš než jejich příjemců.

¹ Zpravodajské pořady tvořily přibližně 15% obsahu, přičemž většina reportáží byla převzata od mezinárodních agentur a nadabována.

² Do té doby druhý nejsledovanější pořad, který se zabýval aktuálními tématy společnosti, byl aktuální a nebál se i kritizovat.

Jako nástroj cenzury v Číně funguje “State Administration of Radio, Film and Television of People’s Republic of China” (SARFT). Všichni místní vysílatelé mohou být cenzurováni a to použitím tzv. “blackoutu” – ve chvíli, kdy se vysílá cokoli kontroverzního. V nedávné minulosti to bylo například při negativních informacích o přípravách Olympijských her v Pekingu. Během her pak byli všichni vysílatelé nuceni zpozdít přenosy o deset vteřin – tak, aby se dalo do vysílání případně zasáhnout (Batty 2008). Přerušen byl také projev Baracka Obamy, když mluvil o negativních dopadech komunistického režimu (Demick 2009). Regulovaný je také internet. Censoři zablokovali číslíčky a slova spojená s masakrem na náměstí Nebeského klidu – tedy 4, 6, remeber, that day, special day apod. (Bloomfield 2013). Webová stránka na sdílení videí YouTube není v číně dostupná vůbec (WuDi, zástupkyně spol. Fremantle v Číně, výzkumný rozhovor).

Od roku 2006 platí zákaz vysílání zahraničních animovaných pořadů v prime timu (tedy mezi 17. – 20. hodinou) - tím se snaží stát podpořit místní studia, která pořady produkují (McDonald 2006).

První satelitní vysílání bylo spuštěno v roce 1986. V roce 1993 spustila vysílání “STAR TV” Ruperta Murdocha, který veřejně prohlásil:

“(telekomunikace) prokázaly jednoznačnou hrozbu pro totalitní režimy po celém světě ... satelitní vysílání zprostředkovalo - obyvatelům lačných po informacích v mnoha uzavřených společnostech – vyhnout se informacím, které poskytují státem kontrolované televizní kanály.” Hned poté vydal tehdejší premiér Číny Li Peng zákaz používání satelitních přijímačů. Šit’ STAR TV byla nucena stáhnout kanály BBC ze své nabídky. Teprve v roce 2003 byl umožněn vstup na čínský trh zahraničním televizním vysílatelům (Bloomberg, Eurosport, BBC World) s podmínkou, že budou respektovat politicky dané restriktce (Cohen, Solomon 1994). Podle vyhlášky regulačního orgánu mohou být přístupné satelitní televize pouze v hotelech, bytech a kancelářích cizinců. Pro místní obyvatele jsou satelitní přijímače oficiálně nedostupné, ovšem černý trh s nimi funguje ve velkém (Fletcher 2010). Do roku 2005 vysílalo v Číně 31 satelitních televizí, po tomto roce stoupl jejich počet na 50 – tím ztratila postupně CCTV dominantní postavení na trhu (Zhu, Berry 2009: 51).

V roce 1975 vysílalo na území Číny 32 televizních kanálů, o deset let později to bylo už 202 a v roce 2000 necelých 1000 (Chua 2012). Stačí letmý pohled na čínské vysílání, aby bylo jasné, že se v něm prosadil žánr lifestylu do popředí. Vysílají se tu srovnatelné

žánry a pořady jako jinde ve světě. Rozdíl je v tom, že mediální trh je rozvrstvený do několika úrovní: regionální, provinční³, obecní a vesnické (Wanning 2013).

Stoupající požadavky na více lokální pořadů zapříčinily rozvoj trhu s licenci na reality show a zábavné pořady, protože dramatická tvorba je hlavně pro malé kanály velmi drahá (Moran 2009: 243). Reality show v Číně řadí kontrolní orgán do žánru dokumentů a popisuje ji jako “real people show”. První reality se tu objevila pod názvem *The Great Survival Challenge* – tedy adaptace formátu *Survivor*, ovšem s tím rozdílem, že se nevyřazoval ten nejslabší. V roce 2004 se pak objevil pořad na CCTV *Dictionary of Happiness* (adaptace *Who Wants To Be Millionaire?*). Ve stejném roce se objevila první talentová soutěž *Super Girl* a okamžitě se stala celostátním hitem (adaptace britského *Idol*) (2009: 248 – 249). Dále se tu objevila adaptace pořadů *Fear Factor (Mobilizing the Brave)*, *Big Brother (The Perfect Holiday)*, *The Apprentice (Who Will Tell Beijing Olympics)* nebo *What Not To Wear (Supermarket Champion)* (Turner, Tay 2009: 180).

Nový zákon o vysílání zahraničních formátů

V roce 2014 začal platit nový zákon, který vydal státní regulační orgán, a týká se zavedení kvót na zahraniční formáty – ty má potlačit na úkor dokumentárních a edukativních pořadů. Pro každého vysílatele platí, že může koupit jeden formát ročně a následně ho nesmí vysílat v prime timu (tzn. mezi 19.30 a 22.00). Toto omezení výrazně ovlivnilo slibně nastartovaný obchod s největším světovým, nejen televizním trhem (White 2013a). Prodejci formátů se teď budou snažit hledat jiné formy spolupráce – především formou koprodukce. Prodávat tedy nebudou “jen” formát, ale hlavně nápady, které se pak adaptují divákům čínským televizních kanálů. Nové zákony tím nezavřou dveře, ale nutí hledat nové cesty a měnit programové strategie všech vysílatelů. Vládní úředníci vidí problém licencovaných formátů v tom, že se Čína kolonizuje cizí kulturou a je třeba podporovat místní zvyky a tradice, které tyto mezinárodní formáty (podle čínské vlády) nemohou splňovat. Kvóty se určily také na taletové soutěže, které se mohou v jednom roce objevit maximálně čtyřikrát (White 2013b).

Největší problém pro vysílatele není jen změna strategie a snaha o vývoj vlastních pořadů, ale hlavně je limituje zákaz vysílání těch licencovaných pořadů v prime timu. Výnosy od sponzorů pořadů už nemohou být tak velké, jako bývaly. Licensoři se přizpůsobují každý po svém. Většinou zakládají vlastní produkce přímo v Číně a tam budou již vzniklé formáty dovyvíjet pro místní trh (White 2013c.).

³ Regionální a provinční stanice lze naladit celostátně

1.3. *Televizní vysílání v Česku*

První vysílání na území tehdejšího Československa bylo prohlášeno datum 25. února 1954 ze studia v Měšťanské Besedě a vysílání bylo vždy tři dny v týdnu⁴. Ve druhé polovině 50. let a první polovině let 60. se televize rozšiřovala o další studia v Čechách i na Slovensku i o počet příjemců, kterých bylo k roku 1965 již nahlášených dva miliony. Počet koncesionářů se zdvojnásobil k roku 1978. Druhý program začal vysílat v roce 1970 a o tři roky později se začalo vysílat barevně. V sídle na Kavčích Horách je sídlo televize od roku 1979 dodnes (Česká televize). Důvodem, proč se na spuštění televizního vysílání spěchalo, bylo šíření signálu ze západního Německa, Rakouska do Československa ještě na konci 50.let. Všechny původní pořady se až do roku 1958 vysílaly živě a ještě dlouho po tomto datu jejich počet převažoval. Televizní přístroje byly pro běžné obyvatele zpočátku nedostupné, a proto převažovalo kolektivní sledování a teprve až snížení ceny přístroje na konci 60.let jejich počet v domácnostech vzrostl. Správa organizace byla dle zákona z roku 1964 plně v rukou vládnoucí strany KSČ. Ta v roce 1958 prosadila, že všichni zaměstnanci musí splňovat podmínky Kádrového pořádku ČST a samotná televize pak *“svou činností založenou na politice KSČ provádí masově politickou a výchovnou práci, podporuje tvůrčí iniciativu lidu a přispívá k dovršení kulturní revoluce”* (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 157 – 162).

Program byl postaven na vlastní tvorbě. Vedle divadelních inscenací, publicistiky a dětských pořadů dominoval skladbě programu sport a zpravodajství; později se přidávaly seriály, výukové programy, dokumenty, soutěže i akviziční pořady (Česká televize).

Situace za doby normalizace pod ředitelem Janem Zelenkou byla ve znamení změn podle ÚV KSČ. Televize byla v té době již nejmocnější médium a opora vládnoucí strany, kterou byla regulována. Veškerý obsah byl pečlivě schvalován a měl za úkol posilovat přesvědčení o dokonalém socialismu. Mezi divácky úspěšnější patřila ta díla, která nebyla zatížena ideologicky – například *Nemocnice na kraji města* nebo Vorlíčkovy seriály pro děti (Končelík, Večeřa, Orság 2010: 238 – 242).

Program se změnil po roce 1989. Státní televize byla ještě několik let jediná na trhu až 20.6.1993 začala vysílat první komerční televize Prima a to zpočátku na regionálních frekvencích. Sledovaností se držela pod konkurenční Novou. Přišla jako první se žánrem lokální soap opery *Rodinná pouta* a také jako první v roce 2005 uvedla reality

⁴ zkušební vysílání bylo zahájeno 1.5.1953

show *Vyvolení* (která porazila konkurenční show *Big Brother*). Po tomto úspěchu polovinu společnosti převzal konglomerát MTG. První talentovou show nasadila v roce 2010 a byl to právě *Got Talent* (Prima).

4.2.1994 zahájila vysílání dodnes největší komerční televize Nova. Pod vedením Vladimíra Železného se Nova rychle dostala do pozice, která z ní učinila významnou komerční sílu a divácky nejsledovanější kanál. V roce 2004 přešla do mediálního koncernu CME (Plesl 2012). V tomtéž roce odstartovala na Nově první talentová soutěž *Česko hledá SuperStar* (adaptace britského *Idolu*), mezinárodní verzi v koprodukcii se slovenskou Markízou pak vysílala Nova od roku 2009. V roce 2010 ji na jednu sezónu nahradila vlastním formátem *Talentmania*, který ale v další sezóně již nezopakovala (Miloš Zahradník, vedoucí oddělení vývoje programu TV Prima, výzkumný rozhovor).

1.4. Televizní vysílání v USA

Pokusy o první televizní vysílání proběhly na stanici W2XBS na konci 20.let 20.století v New Yorku. V roce 1939 vysílala 4 hodiny denně, 5 dní v týdnu. Komerční vysílání začalo v roce 1941 na těchto frekvencích na dvou kanálech: NBC a CBS. Trh se začal rozvíjet více až po druhé světové válce (Wild 2014).

Vlastnictví televizní přijímačů v domácnostech postupovalo velmi rychle. V roce 1948 vlastnilo televizor jeden milión amerických domácností. Ti se dočkali barevného vysílání po roce 1954 (NBC 2014a).

Níže uvádím stručný vývoj největších pěti vysílatelů v USA. Ani jedna z největších televizí není státní.

NBC pomohla vzniku ABC, když v roce 1943 tlačila vláda na majitele, aby se zbavil vysílacích frekvencí jednoho ze svých dvou rádiových stanic. Od roku 1975 vysílá NBC show *Saturday Night Live* živě z New Yorku. Kromě velkých živých show se NBC profilovala od roku 1994 tako jako “must see tv” díky seriálům, které se v zápětí prodaly do celého světa (*Friends*, *ER* apod.) (2014a). V současnosti vysílá NBC talentovou show *The Voice* a seriály jako *Chicago Fire* nebo *Law and Order*. Na letní sezónu roku 2014 připravuje další řadu *America's Got Talent* (NBC 2014b)

CBS zaznamenala první úspěchy se situačními komediami (*The Andy Griffith Show*, *The Beverly Hillbillies*), v 70.letech se sitcomy (*M.A.S.H.*) a od roku 1968 dodnes mají nejvyšší ratingy v neděli večer s magazínem “60 minutes” (Erickson 2014a). V roce 1993 začala talk show Davida Lettermana *The Late Night* a v roce 2000 poprvé CBS

vysílala reality show *Survivor*. Pozadu nezůstala ani se seriály, protože kriminálky *C.S.I.* patří dodnes k těm neprodávanějším do celého světa (2014a). Další seriály z jejich produkce jsou například: *The Big Bang Theory*, *Merlose Place*, *MacGyver*, *Dallas*, *Star Trek*. Z reality show stojí za to jmenovat ty nejznámější, které běží několikátou sezónu: *Big Brother a Amazing Race* (CBS 2014)

ABC vznikla v roce 1941, když nový zákon donutil NBC prodat jedno své rádio. Od počátku se nový majitel Edward J. Noble potýkal s finančními problémy. Byl nucen se sloučit s Paramount Pictures, ale i přesto nebyl kanál schopný konkurovat NBC a CBS, které vysílali drahé živé programy a natáčely vlastní seriály, a proto se rozhodl uzavřít smlouvy s velkými filmovými studii Walt Disney a Warner Brothers. Díky nim byli schopni natočit seriály jako *Disneyland* nebo *Maverick*. V roce 1995 koupila ABC společnost Disney Company za 19 miliard dolarů. Díky novým seriálům a formátům, které si ABC mohla dovolit, se stala plně konkurence schopnou: *Who Wants To Be Millionaire?*, *Lost*, *Desperate Housewives*, *Grey's Anatomy*, *Dancing With the Stars* (Erickson 2014b).

Fox Broadcasting Company založil až v roce 1986 Rupert Murdoch jako součást svého impéria News Corporation Ltd. Na počátku bylo 79 stanic, které dosahovaly pokrytí kolem 80% amerických domácností. Už na konci 80.let vznikly seriály *The Simpsons*, *Married...With Children* a v 90.letech pak *Beverly Hills 902 10* a *The X-Files*. Od počátku program cílil na mladší publikum a díky tomu se rychle stal konkurencí (Editors of Encyclopaedia Britannica 2014). V letech 2013 – 2014 vysílá FOX již několikáté řady talentových show *Pop Idol a X-Factor* (Fox 2014).

Pátým největším vysílatelem je **CW**, která vznikla nejpozději. Vysílání spustila až v září 2006. Má dva padesátiprocentní vlastníky: Warner Bros. Entertainment a CBS Corporation. Název vznikl z počátečních písmen těchto společností. Je to jediná televize, která cílí na ženské publikum mezi 18 – 34 lety. V prime time vysílají hlavně seriály a reality show: *The Vampire Diaries*, *America's Next Top Model*, *Reign*, *Hart of Dixie* nebo *The Originals*. Velké zábavné show neprodukuje vůbec a reality show pouze pokud cílí na jejich divačky (CW 2014).

Od roku 1970 let vysílá v USA také televize veřejné služby. Zaměřují se na kulturní, vzdělávací a vědecké oblasti, dětský obsah a zprávy. Všechny programy jsou produkovány nezávislými producenty nebo jinými televizními stanicemi z celého světa. (PBC 2014).

Vysílání ve Spojených státech dominují komerční televize. Díky velkému a silnému spotřebnímu trhu i poptávce diváků po pestrém televizním obsahu se v USA mohlo televizní vysílání rozvíjet velmi rychle a dalo vzniknout seriálům, které jsou známé po celém světě jako akvizice.

1.5. Televizní vysílání ve Velké Británii

John Logie Baird za podpory vlády a **BBC** připravoval televizní vysílání ve Velké Británii od 20. let. Formálně se pak vysílání datuje ke 2. únoru 1936, kdy ho mohlo přijímat přibližně tři sta příjemců v Londýně a okolí (Bignell 2008: 47).

Zpočátku nebylo běžné vlastnit televizní přijímač. V roce 1937 existovalo kolem stovky veřejných míst, kde se lidé scházeli, aby televizi sledovali (například nádraží, restaurace nebo obchodní domy). Vypadalo to tedy, že vzniklo médium, které je schopné konkurovat kinu. Německo a jeho nacistický režim byl iniciátorem, vlastnění televizního přijímače přímo v domácnosti. Lze říci, že se toho docílilo po skončení druhé světové války, kdy nebylo výjimkou televizi vlastnit v domácnosti. Následkem byl nejen velký obchodní potenciál, ale také schopnost televize organizovat rodině čas (2008: 54). Na začátku 50. let stál televizní přijímač kolem osmdesáti liber, což odpovídalo přibližně platu za dva měsíce. Počet televizních a radiových přijímačů v britských domácnostech stoupl mezi lety 1952 a 1959 z 2.1 miliónů na 10 miliónů. (2008: 55). Barevné vysílání se datuje poprvé k roku 1966 a je spojené s BBC Two⁵. V roce 1969 spustila barevné vysílání i BBC One a ITV (BBC 2014a).

První pořad podobný současnému žánru reality show vysílala v roce 1974 BBC pod názvem *The Family*. Sledovali život průměrné dělnické rodiny Wilkinsových v jejich každodenním životě. Pořad vzbudil mnoho kontroverzních otázek hlavně týkajících se třídních rozdílů, rasy a chování britské rodiny v sedmdesátých letech (BBC 2014a).

V roce 1985 spustila BBC vysílání svého dodnes nejúspěšnějšího seriálu *EastEnders*. Prvních osm měsíců od své premiéry byl seriál v TOP 5 nejsledovanější programů (BBC 2014b).

Coronation Street na ITV a *EastEnders* na BBC patří dodnes k nejsledovanějším pořadům v Británii⁶. (Digital Spy 2014). Komise Annan⁷ zpracovala pro britskou vládu

⁵ Právě tento kanál se stal prvním barevným kanálem v Evropě.

⁶ Jejich průměrná sledovanost je mezi šesti a devíti milióny diváků.

⁷ Komise působí v Británii od roku 1974 a dohlíží na vysílání, sleduje nové technologie a možnosti investic do nich, rozhoduje o veřejnoprávních poplatcích a posuzuje obsah televizních pořadů.

v roce 1977 studii, jak se bude televizní vysílání vyvíjet a jak trh ovlivní spuštění čtvrtého programu, k čemuž došlo v roce 1982. **Channel 4** se zaměřil na vysílání veřejné služby, vzdělávací a kulturní pořady a na pořady pro národnostní menšiny. Pořady byly tak různé, že bylo neefektivnější je začít “objednávat” u externích produkčních společností (Bignell 2008: 49 – 50).

Do roku 1955 vysílal v Anglii pouze jeden televizní kanál, v září toho roku byla spuštěna první komeční televize – **ITV** (Independent Television). ITV byla plně financovaná z prodané reklamy, která se mezi pořady vysílala. Během následujících šesti let se její signál rozšířil do celé Anglie (2008: 56). Do vysílání byla zařazena zábava a kvízové hry – některé formáty už v té době byly adaptovány z USA (např. *Double Your Money*) (Historical Television Website 2014). V roce 1973 existovalo 15 různých regionálních vysílacích licencí, které operovali s Channel 3 (tedy vysílání ITV). Až další legislativní ustanovení v roce 2004 umožnila fúzi, díky které se ITVplc stala většinovým vlastníkem. Zároveň od toho roku obchoduje veškerou reklamu pro všechny regiony a vyrábí většinu programů na všechny ITV kanály. Vedle ITV 1 v roce 1998 zahájila vysílání ITV 2, 2004 ITV 3, o rok později ITV 4 a v roce 2006 CITV (dětský kanál) (ITV 2014).

Největší televizní zábavy vysílá v Anglii právě v ITV. V roce 1998 nasadila jeden z nejprodávanějších pořadů *Who Wants To Be Millionaire?*, v roce 2001 *Pop Idol* a o rok později *Ant and Dec's Saturday Night Takeaway* (ITV).

1.6. Shrnutí

V Americe a Velké Británii začalo televizní vysílání ve stejné době. V Česku a Číně se na šíření televizního signálu čekalo ještě dalších 15, respektive 20 let. Rozdíl mezi prvními vysílateli byl v jejich vlastnictví. Zatímco v USA všechny největší televize byly a jsou v rukou soukromých nadnárodních firem, v Británii bylo první vysílání zřízeno státem, ITV pak již jako komerční subjekt. V Česku se vzhledem k politické situaci spustilo plnohodnotné komerční vysílání srovnatelné se zeměmi západního světa v 1. polovině 90. let. Čína byla a je plně pod vládou komunistické strany a média jsou tedy regulována státem a cenzurním orgánem (SARFT). Televizní obsah je srovnatelný, ale brání se stále přílišným vnějším vlivům na jejich kulturu.

Popularita televize byla srovnatelná ve všech zemích. Jiné možnosti měli v USA, kde nebyl od počátku vysílání si pořídit televizor, zatímco v ostatních třech zemích bylo

běžné společné sledování programu během prvních let vysílání. V těchto zemích podporoval rozvoj televizního vysílání stát, v USA byl hnacím motorem zisk.

Současná podoba televizního obsahu přišla s koncem 90. let. V té době se poprvé na obrazovkách objevily pořady *Who Wants to Be Millionaire?*, *Survivor* a *Big Brother*. V Nizozemí, Británii a USA s velkým úspěchem odstartoval celosvětový obchod s prodejem licencí na formáty a také to byl další krok k integraci mezinárodních produkcí na mezinárodní úrovni (Moran 2013).

Británie je jeden z největších producentů televizních formátů. Nyní je v produkci v 35 zemích kolem 160 pořadů, které původně vznikly v Británii. *Who Wants To Be Millionaire?* se prodalo do 79 zemí, BBC distribuovalo *The Weakest Link* do 38. Z Endemolu pochází *Big Brother* a ze Strixu *Survivor* a *The Bar*. To dokazuje, že evropský trh s formáty je produktivnější než jakýkoli jiný (Waisbord 2004).

2. Televizní formát

2.1. Co je to televizní formát

Albert Moran uvádí ve své publikaci *TV Formats Worldwide: Localising global programs* (Moran 2009) několik definic, co je to formát pořadu. Vybrala jsem tyto: „*Televizní formát je pořad nebo koncept pořadu se zřejmými prvky, které mohou být exportovány a prodány jako licence produkční společnosti nebo vysílateli mimo zemi původu, po lokální adaptaci*“ (Schmitt citován in Moran 2009: 80); „*Prodej formátů je prodej zboží. Produkt je v tomto případě recept na re-produkci úspěšného televizního pořadu (v jiné zemi) jako lokální pořad. Mezinárodní obchod se stává z nákupu a prodeje licencí na televizní pořady mezi exportérem (licensorem) a importérem (nákupčím takové licence). Ten tak má příležitost adaptovat formát vzhledem ke svým potřebám a místnímu trhu tak, aby byl v rovnováze rozpočet na místní poměry obvyklý a zachovány kulturní odlišnosti. Celý trh se tak sestává z nákupu akvizice a nákupu formátů pořadů*“ (Bodycomb citován in Moran 2009: 80).

Nákup televizního formátu tvoří značnou část průmyslu moderních televizí. S příchodem licencovaných pořadů se otevřely dveře globalizaci mediálních obsahů i přes to, že se nadále zdůrazňuje důležitost místního programování televizí. O globalizaci médií by se dalo uvažovat od 80. let 20. století a to hlavně díky vývoji nových

technologií. Na vzestupu byly nejen nové možnosti přenosu signálů, inovace ve financování, možnosti obchodování s mediálními obsahy ale také nové možnosti ve výrobě a distribuci obsahů. Docházelo také k postupné privatizaci poskytovatelů televizního vysílání a s tím přišla možnost využívat pro výrobu obsahu nezávislé produkční společnosti. Hollywood přestal být jediným centrem výroby – ta se přesunula do velkých měst po celém světě⁸. Pořady, které byly do té doby jen vedlejším produktem, se dostaly do hlavních vysílacích časů⁹. Do prime timu se tím tedy dostali obyčejní lidé (Turner, Tay 2009: kap. 14).

Licencované pořady vidíme v televizi ve dvou různých formách. První možnost, jak lze vysílat formát je převzít již natočenou verzi a tu nadabovat nebo otitulkovat. Pořad byl původně vyrobený pro jiný trh a na novém trhu je vysíláný znovu¹⁰. U nás to nebylo příliš časté až do doby, kdy se objevily menší televizní kanály Prima a Nova. Nejčastěji je lze vidět na Prima Love, pak také na Prima Cool a Nova Cinema. Nákup *finished programmes* je finančně výhodný, a proto pro malé kanály dobré řešení. Na hlavních komerčních kanálech se *finished programmes* neobjevují skoro vůbec. Nepřitahují k televizním obrazovkám počet diváků takový, který se od Primy nebo Novy čeká. Tyto dvě televize u nás mají postavené schéma na pořadech vlastní (původní) tvorby (Zdeňka Chrzová, vedoucí skladby programu TV Prima, výzkumný rozhovor).

Druhá forma vysílání licencovaných pořadů je výroba a odvysílání vlastního produktu. Takový formát může být následně prodán do jiného teritoria formou *franchisingu* spolu s know-how výroby a dramaturgie, což lze nazvat distribucí výměny služeb a produktů (Turner, Tay 2009: 151).

2.2. Definice slova “formát”

Původ slova “format” je z latinské fráze “(Liber) formatus”, což znamená “kniha vznikla takovým a takovým způsobem”. Poprvé se toto spojení objevilo v souvislosti s tištěním knih pro označení formy a rozsahu knihy. Dnes je možné si představit televizní formát jako kuchařský recept (Moran, Malbon 2006: 19 – 20). Slovo formát používají také spisovatelé a scénáristé pro filmovou i televizní produkci. Takový formát v tomto případě zahrnuje charaktery postav, dialogy; formát samotného scénáře pak může

⁸ Hong Kong, Londýn, Tokio, Peking, Mexiko City.

⁹ Byly to soutěžní, talentové pořady; pořady o změně sama sebe nebo svého okolí nebo pořady s využitím skrytých kamer.

¹⁰ Takové pořady se prodávají jako *finished programmes*.

obsahovat také návrhy na postavení kamer, použití speciálních efektů, hudby a kostýmů. V souvislosti s termínem *formát* je často spojen pojem *franchising* (2006: 21).

2.3. Prvky televizního formátu

Albert Moran shrnuje ve své knize *Understanding the Global TV Format* (Moran Malbon 2006: 23 - 25) co by takový formát mohl nebo měl obsahovat ve dvanácti bodech. Využiji toto rozdělení, i když se text oproti realitě liší; to je dáno jednak rychlým rozvojem tohoto segmentu trhu v posledních letech¹¹ a jednak autoři popisují trh západní společnosti, která se od situace v post-komunistických zemích liší televizním prostředím i jeho specifickým vývojem. Proto jsem čerpala informace také z výzkumného rozhovoru.

1. Paper format: je psaný dokument, který shrnuje koncept formátu. Je to první krok k vývoji formátu¹² (2006: 23).
2. Bible pořadu: souhrnné informace k pořadu, který se již na nějakém teritoriu realizoval a Bible tak obsahuje podrobnější informace než jen koncept. Poskytuje podporu v oblasti produkce, post-produkce, marketingu a promo kampaně i distribuce¹³ (2006: 23).
3. Servis konzultantů: rady zkušených profesionálů bývají standartní součástí balíčku při nákupu formátů. Konzultace jsou povinné a je předem smluvně definované, jak budou probíhat. Konzultant je poradce, který má (i když to není pravidlo) zkušenosti s realizací a zná formát po produkční stránce. Funguje na jednu stranu jako poradce při adaptaci a na druhé straně dohlíží na dodržování pravidel a licenci formátu (2006: 23 – 24)
4. Plány a specifikace dekorace: ne vždy trvá poskytovatel licence na dodržení úplně stejné dekorace. Ovšem vždy ji chce alespoň vidět a někdy také schvalovat (2006: 24). Obvyklé je, že sám producent i vysílatel uvítá plány k dekoraci. Když je to vizuálně, technicky a produkčně možné, tak taková předloha může výrazně ušetřit náklady i čas (Radko Janoušek, ředitel výroby TV Prima, výzkumný rozhovor).
5. Počítačový software a grafika: to se týká hlavně studiových gameshow, které na odbavení otázek potřebují speciální software (Moran Malbon 2006: 24). V takovém případě je jednoznačně jednodušší a levnější ho koupit v rámci licence. Cena za

¹¹ Publikace je z roku 2006.

¹² Více o tomto typu formátu se zmíním níže v kapitole 2.4.

¹³ Konkrétně o Bibli k formátu Got Talent píše v kapitole 3.2.

software nebývá v rámci ceny za licenci a je to pro licensora další způsob, jak zvýšit výnosy z jejího prodeje (Radko Janoušek, ředitel výroby TV Prima, výzkumný rozhovor).

6. Název a další komponenty s tím spojené: pod tento bod autor zařadil obchodní známku¹⁴, logo, font textu, grafika (jingly a lišty), znělka pořadu (Moran Malbon 2006: 24).

7. Hudba: záleží vždy na celkové adaptaci a konkrétním formátu. Moran uvádí příklad pořadu *Who Wants To Be Millionaire?*, který má velmi specifickou hudbu a bez té původní by formát nebyl úplný. Ovšem u většiny pořadů je hudba pouze vedlejší prvek a často se ta původní v průběhu adaptace upraví nebo změní úplně (2006: 24).

8. Scénáře: jsou předmětem zájmu u hraných (fiction) formátů. Jsou důvodem, proč se seriál kupuje a adaptuje. Scénáře existují i k non-fiction pořadům, hlavně studiovým game show. Bývají součástí Bible. Není řešení scénáře překládat a přejímat, nicméně pomohou pochopit tempo pořadu, časový prostor k projevu moderátora, zapojení publika apod. (2006: 24).

9. Balíček demografických dat a výsledků sledovanosti: licensor poskytuje informace o tom, jaké sledovanosti pořad dosahoval v zemi, kde se již odvysílal. Úspěch ve sledovanosti zvyšuje cenu licence. Podle poskytnutých dat (nasazení, ratingu, cílové skupiny) může kupující licence lépe pochopit, pro koho je formát určen a také pomůže odhadnout, jaké sledovanosti formát dosáhne (2006: 25).

10. Programování: tento bod je částečně spjatým s tím předchozím. Z trhů, kde se již formát vysílal se lze inspirovat a predikovat tak lépe vlastní cílovou skupinu (2006: 25).

11. Záznamy hotového pořadu: pod tímto si lze představit náhledy celých epizod realizovaných v zahraničí, kde je v praxi vidět to, co je psáno v Bibli a jaké informace poskytl konzultant (2006: 25). Záznamy s hotovými pořady z jiných zemí jsou klíčové pro nákup formátu a často mají v praxi větší hodnotu než Bible pořadu (Miloš Zahradník, vedoucí oddělení vývoje programu TV Prima, výzkumný rozhovor).

12. Převzaté záznamy: u některých pořadů je možné získat spolu s nákupem licence také komponenty pořadu (např. krátká videa), která lze vysílat mezinárodně. Není to příliš obvyklé, protože tyto záznamy mívají hodně lokální význam¹⁵. (2006: 25)

K výše zmíněným bodům doplňuji ještě jeden neméně podstatný.

¹⁴ V případě *Got Talentu* ji drží společnost Fremantle, nikoli FTV Prima jako vysílatel.

¹⁵ V Česko Slovensko má talent se například použily záběry z vystoupení Susan Boyle, aby si divák v první sérii spojil její vystoupení s Britain's Got Talent.

Licenční smlouva je nedílnou součástí nákupu formátů a v ní jsou specifikovány podstatné body o podmínkách nákupu a vysílání. V každé smlouvě je licenční období. Fakticky formát není majetkem vysílatele, ale licensora. Pořad nelze po konci licenčního období reprízovat¹⁶. Cena za formát se odvíjí od počtu epizod. Za podvečerní formát jako je například *Prostřeno!*¹⁷ je to cena v řádech stovek euro za díl; za prime timový pořad jako je například *Ano, šéfe!*¹⁸ je to v řádech tisíců (Miloš Zahradník, vedoucí oddělení vývoje programu TV Prima, výzkumný rozhovor).

2.4. Paper format

Je velký rozdíl mezi tím „mít nápad“ a „vyjádřit svůj nápad“. Formát je poměrně jednoduché vymyslet, ale těžší a finančně náročné je nápad vyjádřit písemně i obrazově a pak podle toho samotný formát realizovat. Televizní formát je balíček na sobě závislých informací a znalostí, který vyústí v produkování, financování, promování a vysílání televizního pořadu (Moran, Malbon 2006: 25).

“Paper formats jsou počáteční drafty nápadů a nástroje k prodeji. Obsahují základní sadu přísad, podle kterých lze finální podobu formátu uvařit. Jsou to urychlovače a ucelené dokumenty, které jsou u zrodu nového programu” (Bodycombe citován in Moran, Malbon 2006: 26). Konkrétní příklad je pořad *I Know What You Did Last Friday*¹⁹. Princip pořadu postavený na jednom nápadu – hypnóza. Natočen byl v té době pouze jeden necelý pilotní díl a pořad se nikde předtím nevysílal (Eyeworks 2014). Po šesti natočených dílech vysílatel výrobu zastavil a pořad odvysílal s podprůměrnou sledovaností (Polák 2009). Z toho vyplývá, že dobrý námět není vždy zárukou dobrého pořadu.

2.5. Trh s formáty

Trh s formáty je založen na obchodních vztazích mezi držitelem licence a kupujícím na mezinárodní úrovni. Je to kombinace obchodu s akvizicí a produkcí zábavných pořadů. Kupující má v úmyslu produkovat již existující program na novém území (Moran 2009: 79).

Vzhledem k tomu, že nákup licence je nákup už konkrétního zboží, které bylo na jiném území testováno, má takový nákup několik strategických výhod: vyšší pravděpodobnost

¹⁶ resp. reprízovat zdarma, zpravidla je možné licenci dokoupit.

¹⁷ původní licence *Come Dine With Me*

¹⁸ původní licence *Kitchen Nightmares*

úspěchu; předpoklad, že když byl pořad úspěšný na jednom území, bude úspěšný i na jiném; nižší produkční náklady; show vypadá jako lokální. Další možnost výnosů z pořadu pro licensora je podíl z merchandisingu, revenue z sms nebo product placementu. Dále Moran předkládá úryvek z rozhovoru s nejmenovaným německým expertem: *“lidé rádi vidí sami sebe, jejich vlastní životy a já myslím, že hlavně u těchto formátů, kde převážně obyčejní lidé vyhrávají, získají velké peníze, stanou se s z nich slavní zpěváci nebo prostě dostanou exkluzivní smlouvu díky svému talentu – nechceme vidět Američana, jak se dostane do show businessu, chceme vidět Němce, který se stane slavným”* (2009: 81).

Mezi lety 2002 a 2004 se zvýšil podíl licencovaných formátů o 22%. Hlavními hráči na trhu s prodejem formátů byli Endemol a Fremantle Media. Největším importérem formátů bylo v té době USA. Trh s prodejem licencí má vzestupnou tendenci. S přibývajícím zkušenostmi se nákup licencovaných pořadů osvědčil. Každý televizní formát prochází různými stádii: vymyšlení pořadu a vysílání na národní úrovni, pak následuje mezinárodní prodej, lokální produkce a vysílání. Toto vše je možné jen díky globální komunikaci mezi různými organizacemi (2009: 81 – 93).

Investice do licencovaných formátů nejsou malé. Například Channel 5 koupil licenci na pořad *Big Brother* za více než 100 miliónů liber, americký Fox zaplatil více než 2,5 miliardy dolarů za *American Idol* (Verisona Law 2013).

2.5.1. Počátky trhu s prodejem licencí

Za jeden z prvních počinů prodeje licence televizního formátu je případ dětského pořadu *Romper Room*, který se začal v roce 1953 vysílat v Baltimoru. Jeho distribuci lze přirovnat k rozšíření fast foodových řetězců KFC nebo McDonald's. V roce 1957 se formát vysílal už na 22 kanálech po USA a po šesti letech na 119 stanicích (Moran, Malbon 2006: 22). Obchod s formáty se stával populárnější a rozšířenější. Jejich nákup umožnil snadnější produkci a propagaci pořadu, což není zárukou úspěchu vždy. Každý televizní trh je specifický, co funguje za hranicemi, nemusí fungovat lokálně. Záleží na zpracování a adaptaci. Formáty nám mohou sloužit jako doplňující prvek při sledování mediálních a kulturních studií pro danou zemi. Studium televizních formátů se stává mezinárodní, ne-li světovou aktivitou (Moran 2009: 15).

¹⁹ vysílaný na televizi Prima pod názvem *Vím, cos dělal v pátek*

2.6. *Adaptace formátu*

Adaptace formátu je obvykle interaktivní proces, na kterém se podílí místní produkce a licensor skrze svého konzultanta. Poskytovatel licence má většinou zkušenosti z vlastní produkce nebo z jiných zemí, kde se formát vysílal, a proto může při vlastní adaptaci pomoci sdílením zkušeností. Zároveň může dohlížet na to, aby se formát nepoškodil. Jak moc licensor do příprav a výroby lokální verze zasahuje je individuální a liší se většinou podle společnosti, která formát prodává (Turner, Tay 2009: 153).

Adaptace lze rozdělit na „*closed*“ a „*open*“. Ty uzavřené jsou věrné překlady původní verze formátu. Adaptované verze pak vypadají jako kopie přesně podle originálu. Uzavřenou adaptaci zastával například Celador při prodeji licence na formát *Who Wants To Be Millionaire?*²⁰. Tento způsob adaptace lze chápat jako „*McDonaldization*“. Otevřená adaptace je častější, licensor trvá na mentálním dodržení pravidel formátu. Kreativita produkčního týmu je vítána a respektována, protože jsou lépe srozuměni s lokálním trhem a zájmem diváků²¹ (2009: 153).

2.6.1. Konzultant

Televizní formáty mohou být globální a lokální zároveň. Formu lze najít až při adaptaci samotné. Adaptace lze chápat jako překlady původních verzí – díky nim se formáty lokalizují kdekoli na světě. Konzultant je zástupce licensora, který zároveň pomáhá organizovat aktivity spojené s produkcí pořadu v zemi, kde se formát připravuje (Moran, Malbon 2006: 71).

Konzultant dohlíží na způsob adaptace i na formu provedení v souladu s licencí. Na *Got Talent* téměř po celém světě dohlíží Sheldon Bailey, která mi k adaptaci formátů řekla: *“jako člověk, který létá po celém světě a pomáhá připravovat lokální verze pořadů, musím neprve říct, že názor můj i Fremantlu je takový, že show musí vypadat přirozeně, jako kdyby pocházela z té země, kde se vysílá. Důležitá je citlivost pro místní kulturu i národnosti hodnoty. Příklad může být ukrajinský Got Talent, který má místo červené, bílé a modré barvy modrou a žlutou jako je jejich národní vlajka. V takovém případě nemáme s tak zásadními změnami problém. Důležité pro nás je spolupracovat s týmem*

²⁰ Když se začal pořad připravovat v Indii odjelo z Británie několik členů štábu, kteří trénovali lokální štáb a dohlíželi na přesný vizuální, casting i pravidla.

²¹ *Got Talent* (respektive Fremantle) je v kategorii „open“. Verze pořadu mají velmi podobný vizuál, který se může lišit barevně, ale symbol pěticípé hvězdy zůstává vždy. Způsob a místa natáčení se ovšem liší. Adaptace tohoto pořadu a konkrétní příklady jsou předmětem analýzy.

producentů v zemích, kde se pořad vysílá a respektovat místní zvyky a kulturu” (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

2.6.2. Adaptace formátů

“Většina diváků po celém světě preferuje být zabavováno lidmi, kteří vypadají stejně, mluví stejně, mají stejný smysl pro humor, chovají se stejně, hrají stejnou hru a mají stejnou víru, pohled na svět i sami na sebe...stejně tak upřednostňují vlastní národní zprávy, politiku, počasí nebo fotbal i jiný sport” (Turnstall 2008: xiv).

Aby byl formát úspěšný je distribuován jako soubor služeb a zkušeností, které dovolují pořadu, aby se “předělal” k vysílání na jiném televizním trhu. Samotná adaptace a produkce formátu je obvykle interaktivní proces, který zahrnuje neustále debaty mezi konzultantem a lokálním produkčním a kreativním týmem (Moran 2009: 41 – 44).

Dobry příkladem může být Česká verze pořadu *Vyvolení*. Radko Janoušek, který byl na televizi Prima v té době výrobním ředitelem, popsal, jak tehdy konzultace probíhaly: *“V Česku byli po celou dobu natáčení tři lidé od licenční společnosti IKO. Hlavním konzultantem byl maďarský výkonný producent, který dohlížel hlavně na pravidla soutěže, casting a vývoj dějových linek v průběhu natáčení. Pak další dva muži měli za úkol trénovat nezkušený tým. Jeden konzultant trénoval tým, který ve své směně dohlížel na režii a kontroloval, co se děje uvnitř vily; druhý pak víc technicky hlídal práci v postprodukcii při sestřihu denních rekapitulací. Byla to první reality show tohoto typu v Česku a sehnat zkušené profesionály do všech profesí bylo prakticky nemožné ”*(Radko Janoušek, výrobní ředitel TV Prima, výzkumný rozhovor). Ne všechny formáty lze adaptovat v jakékoli zemi světa. Zjišťoval to Albert Moran při rozhovoru s Grahamem Spencerem (Moran 2009). Například pořad *Survivor* nikdy nebyl uveden v lokální verzi v některých asijských zemích ani na blízkém Východě. Nefungoval by tam a lze to odhadnout předem. *Big Brother* způsobil velké nepokoje v islámských zemích, kde bylo nemyslitelné, aby například muži a ženy sdílely ložnice a nedodržovaly i jiné zásady Islámu. Existují formáty, které jsou úspěšné a chtějí je adaptovat asijské země, ovšem ne vždy je to kvůli lokální kultuře a zvykům možné. Například formát *The Weakest Link*²² adaptovalo v Asii mnoho zemí. Ovšem žena, která má v pořadu dominantní roli, byl velký problém. Stejně tak byl problém, že soutěžícími, kteří se měli v pořadu ponižovat a chovat k sobě neuctivě. Kvůli tomu byl formát v takových kulturách zrušen.

²² u nás uveden v roce 2002 na TV Nova jako *Nejslabší, máte padáka*

Princip pořadu je posaven na ponižování a neúctě a to nelze z formátu vypustit (Moran 2009: 52 – 53).

2.6.3. Adaptace seriálů

V Česku se začaly seriály adaptovat hlavně poté, co největší komerční televize převzaly nadnárodní společnosti²³. Pod pojmem adaptace seriálu si lze představit především nákup scénářů, které se přeloží a zamění podle lokální kultury a životního stylu. K adaptaci seriálové tvorby unás vyjádřil Miloš Zahradník: *“V zásadě je s adaptací zahraničních seriálů jeden základní problém, a sice při adaptaci a lokalizaci formátového seriálu se velmi brzy narazí na to, že se musí změnit nejenom prostředí, ale v souvislosti s tím upravit charakter postavy, v návaznosti na to upravit i jejich vztahy a zápletky a těmito všemi úpravami se velmi často dojde ke tvaru, který už má s původním seriálem pramálo společného. Existují samozřejmě seriály, které jsou už psané a stavěné jako „formátové“, ty jsou zase příliš „internacionální“ a postrádají lokální prvky, takže většina z nich zejména v divácky velmi konzervativní ČR neměla moc šancí na úspěch (posledním takovým neúspěšným pokusem byl Klan/Fremantle na slovenské JOJ TV, který televize stáhla po pár týdnech). Přesto se v minulosti i české televize pokusily o adaptace zahraničních seriálů – u Primy to byla např. Ošklivka Katka podle latinskoamerické telenovely Ugly Betty nebo Přešlapy podle britské předlohy, na Nově byly adaptacemi např. seriály Redakce, První krok (u obou podle španělských originálů) nebo sitkomy Helena (Roseanne) nebo PanMáma (Mrs. Brown's Boys). V zásadě žádná z těchto adaptací se nestala hitem nebo televizní stálicí a televize se pokorně vrátily k původním českým námětům a scénářům. Mnohem častějším jevem jsou u nás seriály volně inspirované zahraničními hity, protože to dává mnohem větší volnost právě v práci s jednotlivými prvky a stavebními kameny seriálu, lze využít pouze malou část nebo kombinovat prvky z více seriálových vzorů – příkladem mohou být seriály ČT Horákoví a Vyprávěj”* (Miloš Zahradník, ředitel vývoje programu TV Prima, výzkumný rozhovor).

²³ TV Prima koupila z poloviny korporace MTG, TV Nova získala CME

2.7. *Autorská práva na televizní formáty a nejvýznamnější spory, které určily pravidla prodeje*

I když trh s formáty funguje a je velký, co do finančních obnosů, tak hodnota formátu nelze chránit vlastnickým právem. Copyright sice může pomoci, ale neochraňuje myšlenku. Společnost IFLA (International Format Lawyers Association) přirovnává formát například k fotografii, kterou si každý může autorsky ochránit, ovšem nápad na to kde a jak je vyfocena již ochránit nelze (Hilton 2014).

Hranice toho, kde končí inspirace a začíná plagiátorství, je velmi tenká a často záleží na osobním pohledu na problém. Na světě neexistuje zákon, který by televizní formát chránil jako duševní vlastnictví. Britští zákonodárci rozhodli neschválit výsadu vymáhat právo na vlastnictví formátu, protože by to umožnilo získat na trhu monopol i s velmi jednoduchým nápadem (Verisona Law 2013). Povahu nehmotných statků chápe zákon v každé zemi odlišně. Nelze tedy ani ochranu práva na autorství ochránit celosvětově (Autorská práva 2014). Snahu o mezinárodní ochranu díla vynakládá společnost FRAPA (The Format Recognition and Protection Association). Poskytuje ochranu a informace producentům, tvůrcům a distributorům po celém světě v oblasti ochrany televizního formátu. Byla založena v roce 2000. Snaží se podporovat koncept intelektuálního vlastnictví a dle vlastních slov hraje klíčovou roli zábavním průmyslu (Frapa 2014).

V Česku existuje a má podobnou funkci agentura DILIA (Divadelní, literární, audiovizuální agentura), která nabízí autorům tzv. úschovu díla. Jejím smyslem je ochrana díly ve chvíli, kdy už je dílo nabízeno a ještě není realizováno. V případě, že by došlo ke zcizení díly, slouží uložení díla v agentuře jako nepřímý důkaz. Úschovna není osvědčením o vzniku autorského práva a ani takové právo nezakládá (Srstka 2014). *“Podle našeho práva je autorem tvůrce díla a nerozhoduje, jestli dílo uschoval u DILIE, notáře, nebo ho neuložil. DILIA není pravomocný úřad a ani nezkoumá, jestli ten kdo dílo ukládá je jeho autor”* (Pavel Kubina, vedoucí právního oddělení TV Prima, výzkumný rozhovor). *“Autorské dílo je chápáno v Evropě jako jedinečný výsledek duševní tvůrčí činnosti autora. Není tedy možné, aby ke stejnému výsledku došli dva lidé nezávisle na sobě, a proto není třeba vázat vznik ochrany na okamžik zápisu díla do rejstříku tak, jako tomu je například u patentů na vynálezy”* (Srstka 2014).

2.7.1. Právní spory o vlastnictví televizního formátu

Pro pochopení ochrany práva na vlastnictví televizního formátu uvedu konkrétní příklady. Vybrala jsem ty nejvýznamnější spory, které sloužili jako precedentní procesy. Produkční společnost Celador vyhrála s dánským veřejnoprávním vysílatelem Danmarks Radio Television, který produkoval pořad pod názvem *Double or Nothing*, a ten měl stejné prvky formátu jako *Who Wants to Be Millionaire?*. Dánská televize byla donucena soudně pořad stáhnout z vysílání a vyplatit držiteli licence odškodnění (Broadcast 1999).

Ve skutečnosti jen minimum soudních spor dopadlo takto. Hledat a dokazovat, že formát je cíleně nelegální kopie toho, co již někdo vymyslel, je velmi obtížné. Českou republiku zasáhl spor mezi maďarským držitelem licence formátu IKO Production *Való Világ (Vyvolení)* a Endemolem, který vlastní licenci na pořad *Big Brother (Velký bratr)*. Právník, který zastupujeme společnost FTV Prima, mi sdělil, že se k tomuto sporu nemůže vyjadřovat, neboť ještě definitivně neskončil a je tedy vázán mlčenlivostí (Pavel Kubina, vedoucí právního oddělení TV Prima, výzkumný rozhovor).

Formát *Opportunity Knocks* byl jednou z prvních talentových show a také prvním velkým sporem o vlastnictví licence na formát. Pořad Hugieho Greena se v roce 1978 objevil na Novém Zélandě, jmenoval se stejně a měl i stejné atributy jako ten vysílaný v Anglii. Green se o pořadu dověděl úplně náhodou. Nejprve byla žaloba zamítnuta u soudu na Novém Zélandě, později i v Londýně. Všichni soudci neuznali, že by se autorské právo mělo vztahovat na koncept pořadu. V tomto případě se nejedná o “původní dramatické dílo”, na které by existoval platný scénář. Pokud neexistuje scénář, nevztahuje se na dílo autorský zákon, a proto nelze dílo ukrást (Moran, Malbon 2006: 134 – 135).

U sporu *Survivor* versus *Big Brother* sloužilo soudní rozhodnutí i pro následné procesy jako precedentní. Spor začala v roce 2002, kdy Castaway Television Productions Ltd. zažalovala Endemol. Obvinili je, že *Big Brother* kopíruje jejich formát. Spor měl dvě úrovně. V první se řešilo, jestli má *Survivor* copyright. Bylo rozhodnuto, že ano. Copyright byl písemný a skládal se z popisu formátu, pravidel soutěže a popisu produkční strategie při natáčení. Castaway Television Productions specifikovala, že 12 prvků jejich formátu²⁴ bylo ukradeno a obvinila Endemol, že všechna ve svém formátu

²⁴ 1. A small group of very different people are separated from the outside world and are thus severely restricted in their freedom of movement;

Big Brother použil. Soud také připustil, že prvky již existujícího formátu společnost Endemol použila v jiných souvislostech a v originální kombinaci a nepoškodila tím tedy formát *Survivor* (Moran, Malbon 2006: 136 – 138). Castaway Television Production prohrála o rok později další spor a to v USA se společností Granada a jejich formátem *I'm Celebrity...Get Me Out of Here*. Což je formát také podobný *Survivoru* a i v tomto případě bylo rozhodnuto, že společnost Granada nepoškodila licenci na pořad *Survivor*. Závěr z obou soudů tedy v zásadě zní: *you can't copyright the idea, only the expressions of the idea* (Paulsen 2004).²⁵

V roce 2004 měl soudní spor Simon Fuller, který žaloval Simona Cowella za to, že *X-Factor* má 32 podobných prvků formátu jako jeho formát *Pop Idol*²⁶. Spor skončil mimosoudní domluvou: Simon Cowell bude členem poroty amerického *Pop Idolu* po dobu pěti let a *X-Factor* se bude vyrábět až poté, co tato doba uplyne (BBC News 2005).

2.8. Proč kupovat licenci

Až na výjimky nikdy žalobce nevyhrál soudní spor o televizní formát – proč tedy kupovat drahou licenci a nezkusit formát vyrobiť na základě “vlastního” nápadu? Na základě výše uvedeného je zřejmé, že licenci na formát vysílatel koupí kvůli know-how, bibli pořadu a určitě případné “pověsti”, která pomůže získat diváky. Důkazem u nás by mohl být právě *Got Talent*. Mediálně i obchodně zaznamenala vítězství na tomto poli televize Prima (Potůček 2010). Měla by Prima stejnou sledovanost, kdyby vysílala

-
2. The group is being followed by TV cameras and one or more presenters;
 3. The group is being filmed 24 hours a day;
 4. The programme is set up as a daily record in which the reporting period is always one day;
 5. The group has to fulfil tasks set by the producers and earn bonuses;
 6. The group must be self supporting;
 7. The group themselves vote who to remove or who to nominate for removal; the participants must constantly choose between their own interests and their loyalty towards the group;
 8. The group is selected by psychologists and the producer;
 9. The group is not allowed to have contact with the outside world unless allowed by the producers;
 10. The group may only take a limited number of personal items with them;
 11. The members of the group are asked to maintain a personal video diary to ..record their impression of the experiment; and
 12. The last remaining participant wins the big prize, the rest get nothing.

²⁵ volný překlad: nelze vlastnit autorské právo na nápad, ale pouze na vyjádřený nápad

Talentmanii a Nova Got Talent? “Výsledky sledovanosti by se určitě lišily. Konkrétně by Prima oslabila na úkor Novy. Prima měla a má dlouhodobě nižší podíl sledovanosti a to, že dokázala s první sérií této show udělat průměrně skoro milión diváků, byl ohromný úspěch. Záměrně jsme chtěli světovou licenci na tento formát. Zná ho i u nás opravdu hodně diváků a to hlavně díky videím, které kolují třeba na youtubu. Diváci chtěli radši vidět ten pořad, ze kterého znají tu Susan Boyle. Takže mít licenci je předpoklad, že diváci vědí, co je čeká a že to je něco světového. Kdyby měli přijít “jen” na další zábavu na Primě, nepřišlo by jich tolik”(Gordon Lovitt, bývalý programový ředitel TV Prima, výzkumný rozhovor).

Na základě takové tvrzení lze soudit, že se vyplatí licenci kupovat, pokud má určitou přidanou hodnotu a to nejen produkční, ale i marketingovou.

3. Formát Got Talent

3.1. Co Got Talentu předcházelo a jak vznikl vybraných zemích

Talentové soutěže vznikaly už v době, kdy nebyla rozšířená televize, ale pouze rádio. Jeden z nejstarších pořadů je z roku 1934 z USA a vysílala se pod názvem *Major Bowes Amateur Hour* na *WHN radio* v New Yorku. Popularita pořadu vzrostla, i když se show přesunula na *CBS radio*. Jeden z hlavních důvodů oblíbenosti byla možnost diváků se podílet na hlasování. Od roku 1948 se vysílala televizní podoba tohoto pořadu až do roku 1970 (Witing 2010: 7).

Opportunity Knocks byla první talentová show, kde nevystupovali jen zpěváci, ale příležitost se ukázat dostal kdokoli, kdo uměl cokoli. Poprvé diváci rozhodovali o postupujícím a hlasovali napřímo. *Opportunity Knocks* se vysílalo na ITV do roku 1978. V té době diváci hlasovali pomocí poštovním lístků a výherce se vyhlášoval vždy v následujícím díle za týden. Mezi lety 1987 a 1990 vysílala *Opportunity Knocks* BBC 1 a zavedla poprvé hlasování diváků přes telefonní linky. Ve starší verzi vysílané na ITV i v novější na BBC se úspěch účinkujících měřil také ve studiu a to intenzitou potlesku. Hlasování o soutěžících bylo od počátku talentových show velmi populární (Curl9x 2012).

Sledovat, jak se během několika okamžiků změní někomu na pódiu život, fascinovalo diváky od počátku vysílání televizní zábavy. Přidaná hodnota pak byla, že o tom mohli rozhodovat sami. Technologie toto hlasování zásadně během vývoje televizních pořadů

²⁶ v USA vysílaný pod názvem *American Idol*

změnila. Hlasovalo se zasláním korespondenčních lístků, telefonáty, zařízení na měření hluku / potlesku, hlasování diváků ve studiu (2012) a teprve ve velmi nedávné době formou sms, případně speciálních aplikací jako je to u nového izraelského formátu *Rising Star* (Keshet International 2014).

Novodobá historie talentových soutěží začala startem formátu *Pop Idol* po roce 2001. Poté, co se *Idol* stal televizním fenoménem, začal Simon Cowell²⁷ přemýšlet o další talentové soutěži. Na základě toho vznikl v roce 2004 *X Factor*. Na podzim 2005 bylo v plánu vysílání *Britain's Got Talent*, to se nakonec muselo kvůli programovým změnám v ITV posunout. V té době už měl ovšem Simon v plánu **americkou** verzi pořadu a tak se na ni soustředil. Nasazení na léto 2006 oznámila NBC už na začátku roku. Původně se mělo soutěžit o smlouvu na vystupování v Las Vegas v hodnotě jeden milion dolarů. Tím, že se mohly účastnit i děti, se výhra změnila na jeden milion dolarů v hotovosti a angažmá v Las Vegas. Simon Cowell na tiskové konferenci shrnul, koho bude nová talentová soutěž hledat: *“Mohou Vám být dva roky nebo sto let. Můžete být další Destiny 's Child, můžete být další Jackson's 5 nebo můžete být další David Copperfield. Toto bude show otevřena doslova každému”* (Witing 2010: 11 – 12).

Samotný Simon se nemohl stát členem americké poroty - to mu zakazovala smlouva na *American Idol*. V porotě se tady objevili: britský novinář a televizní osobnost Piers Morgan, americký herec David Hasselhoff a zpěvačka Brandy Norwood. První epizoda se vysílala 21.6.2006 na NBC a hitem se stala prakticky okamžitě se sledovaností 12 miliónů diváků (2010: 13 – 14).

Ve druhé americké sérii změnili tvůrci moderátora, porotkyni Brandy nahradila Sharon Osbourne a také obměnili města, ve kterých probíhaly castingy. První sérii vyhrála mladá zpěvačka Bianka Ryan a druhou pak břichomluvec Terry Fator. Hodně se změnilo vítězstvím Terry Fatora v *America's Got Talent*, když následně podepsal smlouvu na 150 milónů dolarů s kasinem v Las Vegas. Dokázal, že tato show plní svůj účel (2010: 22).

²⁷ britský televizní producent a porotce mnoha talentových soutěží

V **Británii** nasadila ITV *Britain's Got Talent* 9. 6. 2007 a vysílala pořad denně až do 17. 6. 2007. Sledovanost stoupala den ode dne²⁸. Moderátorská dvojice Ant a Dec provází pořadem po celou dobu vysílání. V porotě první série zasedl Simon Cowell, herečka Amanda Holden a již zmíněný Piers Morgan.

BGT 1 st season	Date	Ratings In millions	Share
Auditions 1	9 June	5.20	22.7%
Auditions 2	10 June	6.73	28.0%
Auditions 3	11 June	7.28	29.4%
Auditions 4	12 June	7.39	29.3%
Auditions 5	13 June	7.51	29.2%
Semi-final 1	14 June	8.36	34.0%
Semi-final 2	15 June	9.28	38.1%
Semi-final 3	16 June	9.29	40.9%
Live final	17 June	11.58	43.7%
Live final results	17 June	11.45	44.7%
Series average	2007	8.38	34%

Cena pro vítěze byla 100.000 liber a vystoupení před bristkou královskou rodinou. Zvítězil Paul Potts, prodavač mobilních telefonů, který si prošel těžkým dětstvím a zdravotními problémy (Wikipedia contributors 2014).

Okamžik, který viděli i ti, kteří nesledují talentové soutěže, nastal ve třetí sérii britské verze pořadu, když se na pódiu objevila Susan Boyle. Nevkusně oblečená starší dáma, která v zákulisí prozradila, že nikdy nebyla políbena. Porota s ní mluvila s despektem a nikdo nečekal, co přijde.²⁹ Díky takovým vystoupením, které se šíří celosvětově po internetu, se zvyšuje zájem o licenci takového pořadu. Video z vystoupení Susan Boyle viděly po celém světě stovky miliónů lidí na youtube.com. Už jen málokdo si pamatuje, že Susan nakonec soutěž nevyhrála (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

První série koprodukční verze pořadu *Got Talent* v **Česku a Slovensku** se vysílala v roce 2010 na Primě a slovenské stanici JOJ. Výhra pro vítěze byla 100.000 EUR a vystoupení v Las Vegas. Vyhrála dvojice silových akrobatů Dea Men. O druhé sérii se detailně zmíním v analytické části práce. Třetí série byla co do sledovanosti nejúspěšnější řadou (viz Příloha č. 8). Poslední čtvrtou sérii odvysílala Prima a JOJ na podzim roku 2013. Sledovanost na českém kanálu byla nejnižší ze všech sezón. Obě poslední série vyhráli mladí operní zpěváci. Výhra se rozdělila na peněžní část a věcné ceny.

V **Číně** se první díl série objevil v létě roku 2010 a to na Dragon TV. Vítězem se stal Liu Wei bezruký pianista. „Přišel o obě ruce, když mu bylo deset let a hrál si s kamarády na schovávanou. Vyhrál tři měsíční angažmá v Las Vegas a tour se

²⁸ viz příložená tabulka sledovanosti, zdroj dat: BARB – <http://www.barb.co.uk/viewing/weekly-top-30?>

²⁹ První vystoupení Susan Boyle ke shlédnutí zde: <http://www.youtube.com/watch?v=aq4qOvkyXE8>

zpěvačkou Jolin Tsai“ (WuDi, konzultant spol. Fremantle v Číně, výzkumný rozhovor). Narozdíl od jiných verzí pořadu není možné v Číně volit vítěze prostřednictvím sms hlasování. Podmínky postupu a systém hlasování je popsáno v analytické části této práce.

3.2. Bible pořadu *Got Talent*

V této kapitole specifikuji, co se s formátem *Got Talent* prodává. Stručně shrnu, co obsahuje Bible tohoto pořadu. Každá část Bible se věnuje určitému prvku pořadu. Vzhledem k tomu, že se jedná o materiál, který není veřejně přístupný, tak musím některé části vynechat a nemohu popisovat detaily. Tento dokument vznikl v roce 2007, na vyžádání licensor poskytuje další materiály a informace, které byly k dispozici až později. Update pořadu je mnoha zemích, kde se vysílají další série, běžný a od Bible se odchyľuje. Pro držitele licence se konal v roce 2013 workshop v Londýně, kde mohli všichni sdílet své zkušenosti s kolegy z patnácti zemí světa. Zároveň Fremantle připravil program změřený na nové možnosti formátu (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

První část Bible se věnuje struktuře pořadu, všeobecnému popisu, přihlášeným soutěžícím a jak s jejich vystoupením pracovat i tipům při produkci. Pořad má etapy, které musí vysílatel respektovat. První část vysílání jsou sestřihy castingů z divadel nazývané *auditions*³⁰. Podmínkou těchto vystoupení je prostor divadla, který má pořad odlišit od jiných talentových show. Porotci i moderátoři vidí účastníky poprvé, mají možnost je poslat do dalšího kola. Druhé kolo nazývají *The Cull* nebo *Bootcamp*, u nás se používal název *Velký třesk*.³¹ Je to část, kde se určuje, kteří z účastníků z předchozího kola postupují dál a kteří v soutěži končí. Soutěžící buď postoupí přímo (bez nutnosti dalšího vystoupení) nebo musí předvézt nové připravené číslo před porotou. Po tomto díle je jasný počet semifinalistů, kteří se objeví v živých přenosech. V nich už rozhodují zpravidla o postupujících diváci pomocí sms hlasování. Do finále postoupí ti, kteří získají v semifinále nejvyšší počet hlasů.³² Druhá kapitola Bible popisuje podrobněji pravidla. Navrhuje rozložení počtu epizod, zmiňuje cenu pro vítěze a počet soutěžících v jednotlivých kolech. Doporučenou cenou pro vítěze by, kromě hotovosti, mělo být

³⁰ Dále uvádím jen *auditions* – nejlépe obsah dílů vystihuje a používá se po celém světě jako termín.

³¹ dále budu pracovat s tímto termínem

³² Sms hlasování o postupujícím nebo vítězi není možné v Číně, což rozebírám v analytické části.

také prestižní angažmá. Další část Bible jsou vzory dokumentů, které pomáhají při plánování produkce celého pořadu (tzv. *callsheet* a *production breakdown*) včetně postprodukce. Dále Bible obsahuje náklady na postprodukci v USA a Británii.

Castingy jsou dle Bible rozděleny na několik fází. V každé zemi je to velmi individuální, a to kvůli počtu přihlášených soutěžících i jejich kvalit pro tvorbu takové televizní zábavy. Samotný talent v pořadu určitě nestačí, dramaturgie stojí na emocích a ději, tedy na příběhu. V principu casting probíhá vždy nejprve “virtuální” formou – prostřednictvím internetového formuláře, popřípadě zaslání poštovní přihlášky. Z těch se pak vyberou ti, kteří se zvou na osobní pohovor (tzv. *pre-castingy*) před porotou složenou z odborníků a dramaturgů pořadu. Do druhého kola do divadla (na natáčení *auditions* epizod) před porotce se pak dostanou jen vybraní. Porota často ví již předem, kdo před nimi stojí, jak a na co se ne/mají ptát, aby se před publikem soutěžící prezentoval nejen talentem, ale i příběhem. Bez kvalitního castingu není možné natočit kvalitní pořad.

Součástí Bible jsou také ukázky poznámek pro porotce, které mají k dispozici před vystoupením. Je vždy dobré předem zvážit, co, jak a jakému porotci předem říct a co už nechat na improvizaci.³³ Role porotců jsou předem, dané a jsou zárukou dobré show. Konkrétně se k nim dostanu v analytické části.

Součástí Bible jsou i praktické dokumenty, které lze použít, ale nejsou nijak závazné. Jedná se o vzorový budget a mustry smluv. Budget se liší podle místních zkušeností a produkcí.³⁴ Vzory smluv pro účinkující prakticky nelze převzít kvůli jinému platnému právu.

Dále Bible obsahuje nákresy pódia, rozměry dekorace nebo použité materiály. Součástí Bible jsou také fotografie a k dispozici v tomto případě byla i speciální osoba, se kterou je možné se ohledně stavby poradit.

³³ Příklad bych uvedla v této souvislosti na řeči Simona Cowella při prvním vystoupení Susan Boyle. Simon předem věděl, kdo před ním stojí a co bude následovat. Tvářil velmi skepticky a povýšeně, aby pak byl jasně pro diváka vidět moment překvapení. Zeptal se doslova “What is your dream?” (Jaký je Váš sen?), což jednak navazuje na píseň, kterou soutěžící zpívá i na to, že opravdu celý život sní o tom být slavná zpěvačka. (zdroj: <https://www.youtube.com/watch?v=RxPZh4AnWyk>).

³⁴ Například v Číně se poslední série pořadu produkovala v interních kapacitách, najati byli jen lidé a určitá technika (přenosový vůz, kamery, zvuková zařízení), další se využily kapacity vysílatele (neplatilo se tedy například za pronájem střížen nebo světelné, které televize vlastní). V případě Česko Slovenské verze tomu bylo naopak. Produkce, která pořad připravovala (J.A.M. film 1999), byla externí dodavatel pro televizi JOJ a s ní měla smlouvu televize Prima, která platila poměrnou část nákladů. Individuálně a jinak se v každé sérii řešily honoráře moderátorů a porotců, kteří pocházeli z obou zemí. Se strukturou a obsahem rozpočtu souvisí také používaná technologie. Každá televize má svá specifika a finanční možnosti, proto není v tomto ohledu pevně daná.

Struktura pořadu je také uvedena v Bibli ovšem u ní se odkazuje na zhlédnutí hotových pořadů z jiných zemí a podle nich si lze připravit dle vlastní stopáže a nasazení strukturu vlastní. Dramatologii se budu věnovat v analytické části.

3.3. *Konkrétní adaptace formátu Got Talent ve světě*

Formát *Got Talent* je příkladem toho, jak lze formáty adaptovat kdekoli ve světě. Na mapě je červeně vyznačené území (viz Příloha č. 5), kde se formát již adaptoval, ve státech označených modře se vysílal *Got Talent* jako akvizice. Jednotlivé verze se pak od sebe liší vizuálem, strukturou pořadu, rozpočtem nebo úpravou pravidel. Mám k dispozici několik různých záznamů pořadu z celého světa, které nemohu sdílet. Na vyžádání mohu zapůjčit DVD. Ukrajina zvolila barevnost loga a dekorace dle svých národních barev. Belgie má jiný vizuál než ostatní evropské verze (je podobné americkému) a moderátor uvádí jednotlivé vystupující přímo z pódia a ne ze zákulisí (což je stejné jako například v Ruské verzi pořadu). Výraznější rozdíly jsou pak v zemích mimo Evropu. V Indii natáčí *auditions* epizody v cirkusovém šapitó. Arabská verze pořadu slučuje soutěžící z arabských zemí³⁵, přičemž se *auditions* natáčí v šesti z nich a živé přenosy pak v Bejrútu. Kuriózní situace nastala v Kyrgyzstánu, když účastník ukrajinské verze pořadu Atai Omurzakov a vítěz druhé série česko slovenské verze pořadu přinesl myšlenku udělat lokální verzi, ovšem bez nákupu licence. Netrvalo dlouho než licensor zjistil, že se v tomto státě připravuje soutěž stejná jako *Got Talent*. Kyrgyzská televize pak musela licenci dokoupit. Atai Omurzakov zasedl jako jeden z členů poroty (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

Licensor doporučuje v pořadu využívat národní symboly a barvy. Ve znělkách pořadu se často objevují národní vlajky, jejich barvy jsou pak součástí loga i grafiky pořadu. U hraných znělek jsou vidět dominanty zemí nebo měst. V samotném pořadu je pak casting prezentovaný jako celonárodní událost, u které bylo mnoho lidí.

Logo pořadu je podle licence nutné převzít a lze ho lehce (například barevně) modifikovat. “*Nevzpomínám si, že by některá země měla s adaptací loga problém. Naopak. Je to značka kvalitního pořadu a spíš to vysílateli pomáhá, než aby ho to k něčemu svazovalo*” (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

³⁵ Maroko, Alžírsko, Tunisko, Egypt, Jordánsko, Libanon, Sýrie, Palestina, Kuvajt, Bahrajn, Saudská Arábie

4. Metodologie

4.1. *Výběr tématu a výzkumné cíle*

Téma formátu *Got Talent* jsem si vybrala z několika důvodů. Na jediném formátu lze vidět, jakým způsobem se pořad adaptuje v různých zemích s odlišnou kulturou i životním stylem. Zajímalo mě, jak rozvoj televizního vysílání ve vybraných zemích měl vliv na datum vstupu formátu na trh a jakým způsobem ho daná televize zpracovala.

Dále mě zajímalo, jak se země inspirovaly Biblí pořadu, v čem se odchylovaly a proč.

Historie a kultura má vliv na podobu televizních pořadů, což v analytické části vysvětlím na konkrétních případech. Nezabývám se obecně kulturními rozdíly v teorii ani v analytické části. Sleduji pořady a v rozhovorech se ptám na to, jak se odlišná kultura promítá do způsobu tvorby a adaptací televizního formátu.

Pro analýzu a porovnání čtyř různých verzí pořadu jsem si vybrala kulturně odlišné země: USA, Velkou Británii, Česko a Čínu. Jsou to země s jinou místní kulturou, zvyky, politikou a sicutální situací obyvatel.

Odlišnosti jsou znatelné i podle jednotlivých sérií – tedy hlavně v americké a britské verzi, kde se letos (2014) bude vysílat devátá (a v Anglii osmá) řada. V těchto zemích jsem si vybrala šesté série pořadu a to z toho důvodu, že je znám nejlépe, jsou porovnatelné s ostatními a mají pravidla, která jsou ukotvena v původní licenci. V jejich dalších sériích už lze sledovat menší inovace formátu.

Česko Slovenská verze pořadu zůstala během čtyř sérií bez větších změn. Druhou sérii jsem si vybrala hlavně proto, že jsem na ni pracovala jako kreativní producent.³⁶ Tato řada má atributy, které lze lépe s vybranými lokálními adaptacemi pořadů porovnávat.

Čína má za sebou vysílání pěti sérií *Got Talentu*. První čtyři produkovala externí produkční společnost, poslední pátou sérii vyráběla interně Dragon TV. Pátou sérii jsem si také vybrala pro svoji práci. Je to z toho důvodu, že je nejlépe dostupná a měla jsem možnost být v kontaktu přímo se zástupcem licensora, který se na této verzi významně podílel.

Cíl analýzy a cíl této práce je ukázat rozdíly mezi pořady a fakt, že jsou tyto rozdíly odvislé od lokální kultury, životního stylu a fungování trhu. Zároveň mají tyto faktory vliv na adaptaci pravidel pořadu.

³⁶ Uvědomuji si výhody i nevýhody svého postavení: mám víc informací z praxe a možnost získat mnoho kvalitních rozhovorů k tomuto tématu; na druhé straně si jsem věnovala, že musím tuto situaci reflektovat.

4.2. Výzkumné pole

V tabulce je přehledně vidět s jakou sérií a epizodou jsem v jaké zemi pracovala.

	USA	Velká Británie	Česko Slovensko	Čína
Vybraná série	6	6	2	5
Vybraná epizoda	9	3	2	1

Ve vybraných sériích jsem si k analýze vybrala vždy jeden díl, na kterém budu porovnávat detailnější prvky a složky pořadu. Na takovém rozboru lze sledovat dramaturgii, strukturu, pravidla soutěže, grafiku, výběr účinkujících, roli moderátorů a porotců a tempo epizody.

Vybrané série pořadu, na základě kterých jsem analýzu prováděla, jsem získala pro účely této práce přímo od společnosti Fremantle. Tyto záznamy nejsou k dispozici pro veřejné sdílení. Mám k dispozici Bibli pořadu, kterou nelze připojit ze stejných důvodů jako přílohu ani jinak tento dokument sdílet. V případě potřeby ji mohu k výzkumným účelům poskytnout k nahlédnutí.

4.3. Získání podkladů pro výzkum

Mnoho informací k formátu jsou na základě rozhovorů s konzultantkou Fremantlu Sheldon Bailey. Paní Bailey znám od roku 2010. Působí jako zástupce licensora pro pořad *Got Talent* po celém světě. Velmi ochotně a flexibilně odpovídala na mé dotazy a to jak v emailové korespondenci, tak také na osobních schůzkách. Poskytla mi všechny potřebné epizody pořadu, protože celé díly nejsou oficiálně veřejně dostupné. Pro účely získání informací pro tuto práci jsem byla v kontaktu se zástupkyní Fremantlu pro čínský trh WuDi. Ta mi v mnoha ohlednech pomohla nejen s porozuměním obsahu pořadu, ale také se všeobecnými dotazy ohledně čínského televizního trhu.

Po konzultaci s licensorkou jsem použila i některé odkazy na wikipedii, i když si uvědomuji limity tohoto zdroje. Zástupkyně Fremantlu mi potvrdila, že informace vkládají sami vysílatelé nebo producenti.

Pro získání informací o obsahu pořadu *Česko Slovensko má talent* jsem oslovila dramaturga Lukáše Frantu. Dále mi byli vstřícnými informátory kolegové z TV Prima. Konkrétně to je především Miloš Zahradník, který má bohaté zkušenosti z komerčních televizí a v současnosti vede oddělení vývoje na TV Prima. Dále jsem odlovila také

Radka Janouška coby ředitele výroby; Zdeňku Chrzovou, která vede oddělení skladby programů a Pavla Kubinu, který mi ochotně pomohl v pochopení právní problematiky v oblasti televizního formátu. Pro jednu citaci jsem také oslovila bývalého programového ředitele TV Prima Gordona Lovitta, který zastával tuto funkci v době počátku první série Česko Slovensko má talent.

Předpokládala jsem, že využiji především teoretickou literaturu a informace o formátu a pořadech doplním z rozhovorů. Během přípravy jsem našla ovšem publikace, které se věnují problematice trhu s formáty i pořadu Got Talent. Také jsem našla poměrně hodně odborných článků, které mi pomohli poznat a pochopit, jak funguje především čínský televizní trh. Mnoho informací čerpám z internetových zdrojů, protože pracuji s tématem aktuálním a informace k pořadu nejsou zpracovány v publikaci.

Problém jsem měla se získáním informací k českému trhu. Nenašla jsem publikaci, která systematicky zpracovává vývoj posledních let televizního vysílání s ohledem na komerční televize a třeba právě i adaptaci formátů.

Rozhovory jsou obsáhlé a probíhaly písemně emailem, telefonicky i osobně. Některé z nich byly součástí mé pracovní náplně a informace byly obsaženy v pracovních korespondencích. V případě potřeby mohu vybrané části rozhovoru poskytnout.

4.4. Analýza

Při analýze vybrané série a dílů jsem postupovala vždy postupně podle zemí. Porovnání vybraného kritéria je buď v závěru podkapitoly, nebo na konci ve shrnutí.

Při analýze série jsem využívala hlavně internetových zdrojů. Buď to byla wikipedia – pokud jsem potřebovala faktické informace – nebo video na youtube.com. Při analýze jednotlivých epizod jsem si nejprve zpracovala tabulku, díky které mám přehled, jak jsou vystoupení v epizodě za sebou a jak jsou dlouhá. Stejně tak je z tabulky zřejmé kde a jaké jsou vstupy moderátů, popř. komentáře poroty. Dále jsem zaznamenala, o jaké vystoupení se jednalo díky čemuž lze sledovat pestrost vybrané epizody. V neposlední řadě je jasné, kdo postoupil a do jakého kola.

Tabulky jsou součástí přílohy 1 - 4. Dále jsou součástí Přílohy 6 - 10 analýzy sledovanosti, ze kterých lze vidět porovnání sledovaností všechny zatím odvysílaných sérií. Ze sledovanosti lze nejlépe sledovat, jak si vybrané série pořadu vedly co do počtu diváků, tak i trend formátu. Z grafů vyčteme, jestli je pořad stále sledovaný a jaká série měla třeba nižší výkon co do ratingu.

S překladem čínské verze pořadu mi pomohla konzultantka Fremantlu. Netlumočila mi celý díl slovo od slova, ale pouze vybrané sekvence. Vysvětlila mi příběhy, což mi pomohlo v celkovém pochopení formátu.

S kulturní problematikou v Číně mi pomohla sinoložka z FF UK Jana Heřmanová.

Využila jsem své zkušenosti kreativního producenta tohoto pořadu. Pomohlo mi to hlavně při analýze obsahu, protože naprosto stejně jsem postupovala, když jsme připravovali lokální adaptaci. Pracovali jsme se stejnými tabulkami a některé díly jsme překládali slovo od slova a použili takovou předlohu u našich moderátorů nebo porotců. Díky těmto zkušenostem tedy vím, co sledovat a jak systematicky díly analyzovat.

Pracuji s kvantitativními výzkumnými metodami, provádím konkrétně obsahovou analýzu a komparaci za využití kvalitativních přístupů (Silverman 2005). Použité metody jsou sledování a analýza obsahu popsána v Příloze 1 – 4 a výzkumné rozhovory. Dále vycházím z tvrzení McQuaila, který uvádí, že mediální obsahy vyprávějí příběhy, ať se jedná o televizní pořady, zpravodajství nebo reklamu. Vyprávění (příběhu) pomáhá pochopit souhrn faktů a to dvěma způsoby: *Prvním je spojování akcí a událostí do logických celků provázaných souslednými nebo příčinnými vazbami. Druhým způsobem, jímž vyprávění pomáhá porozumět faktům, je užívání ustálených a dobře rozpoznatelných prvků při realizaci jednajících osob a prostředí děje* (McQuail 1999: 272).

Existuje několik vlivů, které se podílejí na podobě mediálních obsahů. Obsah lze považovat za: odraz postoje producenta obsahu, odkaz preference publika, odraz postoje dané společnosti, zdroj vlivu na cílové příjemce i za uvařenou entitu a od vlivů je možné se odklonit (Jirák Köpplová 2003: 129)

Média jsou silný společenský faktor, kterým lze ovlivnit postoje a chování společnosti. Nedemokratické režimy pak masová média na základě tohoto předpokladu používají k naplnění svých cílů. Zároveň vnímají ohrožení režimu jejich vlivem. Proto v takových režimech je snaha obsah formovat a systematicky regulovat. Konkrétně ve vybrané Číně z předpokladu aktivní funkce cenzurních orgánů vycházím (Jirák Köpplová 2009: 367).

4.5. Odchytky oproti tezím

Oproti původnímu záměru jsem diplomovou práci lehce upravila. Oproti tezím se nevěnuji velikosti rozpočtu a budoucnosti formátu v jednotlivých zemích (protože je to citlivá informace, kterou lze jen obtížně ověřit, popřípadě podléhá smlouvám). A dále se

nevěnuji dynamice střihu v samostatné kapitole, ale pouze okrajově u struktur vybrané epizody. Velmi těžce se tato vizuální složka pořadu porovnává. Pro analytikou část nebyly výše uvedené vypuštěné složky zásadní.

Oproti tezím se věnuji důsledně struktuře vybraných epizod s ohledem na příběhy a způsob jejich vyprávění. Byl to sice můj záměr od počátku, protože hlavně na této složce lze poznat odlišnosti různých verzí pořadu. V tezích jsem se nevyjádřila takto doslovně.

Oproti tezím se nevěnuji globalizaci. Soustředím se na televizní formát jako na potenciální globální produkt. Téma by jinak bylo velmi široké, což nelze v této práci plně obsáhnout. Stejně tak se jiným formátům než *Got Talent* věnuji pouze okrajově a to hlavně při uvádění příkladů pro lepší pochopení teorie.

Oproti tezím jsem změnila americkou a čínskou sérii pořadu. Americkou, protože je šestá série srovnatelnější a měla jsem možnost vidět všechny její epizody; čínskou: protože v době podávání tezí nebylo definitivně rozhodnuto o další (5.) řadě pořadu. Informace z předchozích řad pořadu jsou obtížněji dostupné a mohly by být méně spolehlivé.

5. Komparace vybraných verzí pořadu Got Talent

Nejprve bych ráda uvedla kolik verzí se kde vysílalo a v jakém období. Pro přehlednost uvádí tabulku a níže její stručný popis.

ZEMĚ	Rok vysílání S01	Počet sérií	Pozn.
USA	2006	8	2014 – 9.série
Velká Británie	2007	8	Jaro 2014 – vysílání 8.série
Česko Slovensko	2010	4	Zatím se další neplánuje
Čína	2010	5	2014 – dovysílala se 5. série

V **Česku** se pořad poprvé vysílal v roce 2010 na televizi Prima.³⁷ Velmi podobnou show s názvem Talentmania začala ve stejnou dobu vysílat konkurenční Nova a na Slovensku Markíza. Nova a Markíza další pokračování pořadu nespustily. Prima a JOJ odvysílaly ještě další tři série, zatím poslední (čtvrtou) v roce 2013. Nasazení bylo vždy v nedělním prime timu.

Amerika odvysílala v roce 2013 osmou sérii pořadu a na rok 2014 připravuje již devátou sezónu. Pořad vysílá od roku 2006 NBC s poměrně vysokou sledovaností, které se podrobněji budu věnovat v poslední pasáži této kapitoly. První sérii odvysílala NBC ve světové premiéře.³⁸

I **Británie** se show vysílá bez přerušení od roku 2007 s poměrně vysokou sledovaností (viz Příloha č. 7). ITV v roce 2014 nasadila osmou sérii pořadu.

Čína v únoru 2014 odvysílala finále páté řady pořadu. Jako jedinná z vybraných zemí, vysílala dvě série během jednoho roku. Nasazení pořadu se věnuji v další kapitole.

Pořad vznikl ve Velké Británii, i když ho poprvé vysílala americká NBC. Na základě přehledu lze sledovat, že se pořad do vysílání u nás dostal čtyři roky po své premiéře. Ve stejný rok měl *Got Talent* premiéru v Číně. Všechny televize nasazují pořad bez přerušení od počátku data vysílání.

5.1. Programová strategie

Tuto kapitolu bych začala českou verzí pořadu, což je dobré jako výchozí pro porovnání s ostatními verzemi. Rozdělím si tuto kapitolu do podkapitol pro lepší strukturu popisu.

5.1.1. Nasazení pořadu ve schématu

Nasazení pořadu ve schématu se u každého vysílatele liší. Zaměřím se na nasazení pořadu dle sezónosti, dne v týdnu a vysílacímu času. Ve vybraných zemích se liší jak nasazení v sezóně, tak i dny v týdnu. Prime time začíná jinak vždy podle “stanovených” pravidel vysílatele.

Země	Den v týdnu	Období vysílání	Čas nasazení
USA	Úterý a středa	Květen – září 2011	20:00
Velká Británie	Sobota (pozn.)	Březen – květen 2012	19:00
Česko Slovensko	Neděle	Září – listopad 2011	20:15
Čína	Neděle	Prosinec 2013 – únor 2014	20:00

Pozn.: živé přenosy se vysílají celý týden denně

³⁷ Na Slovensku se již v roce 2008 vysílala na televizi JOJ Slovensko má talent. Ke druhé sérii se ale vysílatel vrátil až v koprodukcii s českou Primou.

Velké zábavné pořady se nasazují vždy večer a zpravidla v den, kdy může být potenciálně u televizních obrazovek nejvíce diváků. Je to hlavně z důvodu vyššího komerčního ratingu, protože takové pořady patří k těm dražším a často na nich je postavená marketingová komunikace televize pro danou sezónu (Miloš Zahradník, vedoucí oddělení vývoje programu TV Prima, výzkumný rozhovor). V USA vysílá NBC *Got Talent* každý rok v letní sezóně. Pořad nebylo možné nasadit v hlavní sezóně kvůli konkurenčnímu *American Idol*, který vlastní stejný licensor (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor). NBC zvolila vysílání v úterý a ve středu. *Auditions* epizody se vysílají tedy dva v jednom týdnu a živé přenosy jsou pak rozdělené na samotná vystoupení v úterý a vyhlášení výsledků ve středu. Tento systém vysílání není možný prakticky nikde jinde. Důvod je pouze jediný – pokud se vyhlášení vysílá jiný den, náklady na výrobu takového pořadu se zdvojnásobí.

Ve **Velké Británii** již od první sezóny běží *Got Talent* ve stejném období – tedy na jaře. Vysílá se v sobotu, v případě šesté série je nasazen stejně jako konkurenční pořad BBC *Voice of Britain*³⁹ ITV změnila začátek vysílání prvního dílu tak, aby šla do přímé konkurence s první sérií talentové show, která na jiných televizních trzích slavila úspěch. Sobotní zábavy jsou v Británii v sobotu tradičně a to jak na komerční ITV, tak na veřejnoprávní BBC. Všechny pět semifinále šesté série se odvysílalo během jednoho týdne v květnu (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

Na televizi Prima a JOJ byl *Got Talent* nasazen vždy v neděli v prime timu a vždy na podzim, kdy je nejvyšší obchodní sezóna a více potencionálních diváků u televize. V Česku je velká víkendová zábava spojena prakticky jen se sobotou a nedělí.⁴⁰ V neděli⁴¹ nasadila do schématu Nova seriál *Doktoři z Počátků*, který performuje každý týden s nadpřůměrným počtem diváků a s přehledem dominuje nedělnímu večeru (Potůček 2013). Správný logický tah vysílatele tedy byl, že nesahal na “to co funguje” a vyzkoušel velkou talentovou show nasadit ve středu (Miloš Zahradník, vedoucí oddělení vývoje programu TV Prima, výzkumný rozhovor).

Čína tradičně vysílá velké zábavní pořady v neděli večer a byl to tedy i ten správný slot pro jejich *Got Talent*. Sezónnost v Číně není standartní. První série pořadu začala v letní sezóně roku 2010 (konkrétně 25.7.2010), druhá sezóna pak přišla po necelém roce – v květnu 2011. Třetí série odstartovala v listopadu téhož roku a končila na počátku roku

³⁸ víc o tom jsem se již zmínila v kapitole o vzniku formátu.

³⁹ *Hlas Británie* – u nás se tento formát vysílá pod názvem *Hlas Československa*

⁴⁰ výjimku učinila v roce 2014 Nova, když nasadila *Hlas Československa* na středu večer.

dalšího. Čtvrtá série kopíruje, co se dat vysílání týče tu předchozí. Pátá řada začala před Vánoce 2013 a skončila v únoru 2014 (WuDi, zástupkyně spol. Fremantle v Číně, výzkumný rozhovor).

Všechny vybrané země zařadily tento pořad do svého prime timu – který je ve Velké Británii v 19 hodin a v dalších zemích po 20. hodině.

5.1.2. Počet epizod a struktura vybrané série

ZEMĚ	Auditions	Velký třesk	Čtvrtfinále	Semifinále	Finále
USA	9,5	1,5	12	6	2
Velká Británie	6,5	0,5	N/A	5	1
Česko Slovensko	8	1	N/A	3	1
Čína	7	2	N/A	2	1

Americká verze pořadu je jedinečná svojí dramaturgií. Během deseti *auditions* epizod se jim povedlo zařadit vždy jedno (výjimečně dvě) města do jednoho dílu. Tedy co díl to jedno velkoměsto – Seattle, Atlanta, New York atd. – a vystoupení řadili v divadlech za sebou tak, jak se objevila v sestřihu. Podle konzultatky Fremantlu, která má přehled o všech světových verzích pořadu, to není jinde možné. Je to hlavně z důvodu nedostatečného množství lidí na castizích. Všechny země (s výjimkou USA) se potýkají s nedostatkem talentů.⁴² *Velký třesk* natáčí NBC několik dní v Las Vegas, kam přivezou všechny soutěžící, kteří postoupili z castingových kol. Během těchto dní si rozdělí soutěžící do čtvrtfinále, kterých v této řadě odvysílali šest, a ke každému přenosu bylo vždy zvlášť odvysílané vyhlášení postupujících. Ze dvou semifinále vzešlo tzv. “Top Ten” vystoupení a z toho postoupili čtyři finalisté. Celkem odvysílali 32 epizod s tím, že po každém živém přenosu následoval samostatný pořad (vysílaný jiný den) vyhlášení.

Britové odvysílali v rámci šesté série celkem 17 epizod. Z toho sestříhali jako *auditions* epizod sedm z nich. Semifinálových kol odvysílali během jednoho týdne pět. Ihned po skončení následovalo vyhlášení také v živém přenosu. Po jednodenní pauze pak následovalo 12. května 2012 finále. Epizoda *Velkého třesku* není samostatná, ale je

⁴¹ kde se předtím vysílali velké talentové show jako Superstar v roce 2013

součástí sedmé epizody, která je o dvacet minut delší oproti šesti předchozím. Svoji jedinečnost má Británie ve vysílání živých přenosů, které odbaví během jednoho týdne. Do velkého sobotního finále postoupilo deset soutěžících díky diváckému hlasování a jedna tzv. divoká karta poroty.

Česko Slovenská verze odvysílala v rámci druhé série *Got Talent* 17 epizod. Struktura byla uzpůsobena sledovanosti předchozí série. V první sérii se odvysílalo celkem devět živých přenosů, u kterých postupně klesala sledovanost – to je vidět na grafu v Příloze č. 10). Prvních osm epizod *auditions* druhé série bylo o tři více a stopáží přibližně o jednu třetinu delší (každá měla přibližně 90 minut). Následovala jedna epizoda *Velkého třesku*, ze kterého vzešlo 26 semifinalistů. Ti pak bojovali ve třech semifinále o postup do finále.

Pátá série **čínské** verze pořadu odvysílala sedm *auditions* epizod o stopáží 90 minut. Pak následovaly dvě epizody *Velkého třesku*, ve kterých porota vybrala semifinalisty do následujících dvou postupujících kol. Vzhledem k tomu, že se v Číně nehlasovalo pomocí sms diváků, tak byly tyto přenosy předtočené. Více o hlasování a systému výběru soutěžících se zmíním ještě v samostatné kapitole.

5.2. Pravidla soutěže a jejich kulturní adaptace

Pravidla soutěže jsou jedním z hlavních ukazatelů, jak si pořad pro své publikum země adaptují. Soutěž je třeba upravit vzhledem k místním zvykům, jiným pořadům i k tomu, jaké jsou v zemi zvyky, politická situace, historie v oblasti televizní zábavy a mnoho dalších aspektů.

5.2.1. Struktura vybraných sérií

Struktura vybraných sérií je velmi odlišná. Již jsem zmínila, že česko slovenská verze pořadu ve vybrané druhé sérii odvysílala více dílů *audition*, zatímco méně živých přenosů, u kterých sledovanost klesala. Snaha dosáhnout co nejvyššího ratingu a sharu tedy přiměla televize změnit strukturu a odvysílat pouze polovinu živých přenosů oproti předchozí sérii. V Americe je sledovanost všech dílů v průběhu série poměrně stabilní po celou dobu. Jediné propady ve sledovanosti jsou vidět při vysílání vyhlášení vítěze, kde standartně bývá o jeden milion diváků méně (viz Příloha č. 6).

⁴² například není nouze o zpěváky, ale varietní čísla jsou už problém.

Británie model vysílání po celou dobu skoro nezměnila. První série měla menší počet epizod, od další série vždy vysílali 7 *auditions* dílů, přičemž poslední z nich z části obsahoval i „Velký třesk“. Živé přenosy jsou vždy naplánovány na týden, kdy má celá země „bank holiday“ a Got Talent je pro diváky již od roku 2007 jistou večerní zábavou. Šestá série byla specifická. Pátá řada zaznamenala propad sledovanosti, v porotě nebyl Simon Cowell a počet přihlášených soutěžících byl nižší než v předešlých ročnících. V roce 2012 se navíc očekával start nové talentové soutěže na konkurenční BBC – *Voice of Britain*. Všem těmto faktům se šestá série pořad musela přizpůsobit. Do poroty se tedy vrátil Simon Cowell, výhra pro vítěze se zvýšila ze 100.000 liber na 500.000 liber a první díl vysílání byl naplánován na stejný večer jako konkurenční show. Sledovanost oproti předchozí sérii nepoklesla a to ITV považovala za úspěch a promyšlená strategie se tak vyplatila (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

Čína odvysílala sedm *auditions* epizod, dva díly *Velkého třesku*, dvě semifinále, která nebyla vysílána živě a hned po nich následovalo vždy vyhlášení postupujících a pak živé finále. Strukturu sérii vysílatel Dragon TV nemění. Nasazení v sezóně není stále, vysílali v letních i zimních měsících a podle zástupkyně Fremantlu v Číně se plánuje další série pořad na rok 2015. Nasazení už nebude tak jednoduché si určit vzhledem k novým restrikcím, které se týkají limitu počtu formátů. Této problematice se věnují v kapitole dvě.

5.2.2. Casting

Castingu u prvních sérií pořadu je v každé zemi velmi obdobný. Soutěžící se hlásí sami a neí problém z nich vytvořit pestrou „mozaiku“ vystoupení. Zpravidla u dalších sérií se casting stává tou nejnáročnější částí výroby pořadu, který trvá nejvíce času. V každé zemi pak funguje jiný systém hledání (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor). V Česku a Slovensku byl základem pro hledání nových účastníků přímý casting (tzv. direct casting nebo scouting). Motivací není vyšší výhra ani to, co třeba funguje jinde (pozn.: v USA nebo Číně) „být v televizi a být slavný“. „*Problém nebyl, že by se hlásilo méně lidí, problém byl, že vysílatelé si přáli více a delší epizody auditions a to vyžadovalo ohromné množství soutěžících pokud by se měla zachovat kvalita pořadu. Britové měli podobný problém, ale jejich epizody jsou po polovinu kratší a mají méně auditions, takže soutěžících nepotřebují tolik.*“ (Lukáš Franta, kreativní producent Česko Slovensko má talent, výzkumný rozhovor).

I přesto, že počet obyvatel Číny je ohromný, tak casting účastníků není jednoduchý. Dragon TV vysílá oficiálně pouze v Šanghaji, a proto hledat účastníky po celé Číně je náročné. Ne všichni obyvatelé pořad znají nebo vědí, že mají možnost se přihlásit, problém je i vzdálenost – jak pro štáb, který stráví cestováním hodně peněz i času, tak pro soutěžící, kteří ve většině případů nemají možnost přijet na natáčení kvůli nákladům za dopravu (WuDi, zástupkyně spol. Fremantle v Číně, výzkumný rozhovor).

5.2.3. Počet vystupujících a postupujících

	Velká Británie	Čína	USA	Česko
Počet vystupujících	14	18	14	32
Stopáž dílu	53 minut	80 minut	41 minut	91 minut

Pro analýzu vystupujících budu vycházet z tabulek v příloze 1 – 4, ze kterých jsou zřejmá fakta. Silně vyznačená jména v tabulce v příloze jsou ta vystoupení, která byla nějakým způsobem zajímavější, a proto měla delší stopáž. Neznamena to nutně, že byla dobrá nebo postupující do dalších kol. U kratších čísel se ne vždy objeví hodnocení vystoupení nebo se objeví pouze hlas jednoho z porotců.

Konkrétně začnu s **Velkou Británií**. Po znělce následuje dynamický sestřih a poprvé vidíme také porotce. V této sérii se začala používat „skrytá“ kamera v různých místech castingu a v sestřihu z těchto záznamů se objevují soutěžící, kteří diváci uvidí v daném díle. Divák tak vidí známou tvář a lépe se vizualizací osob v jiném prostředí⁴³ dokreslují jejich příběhy. Vystoupení „s příběhem“ je v britské verzi v 53 minutách celkem 6. Tím příběhem není myšlen jen životní příběh, ale také například skupinka důchodců v úvodu dílu, kteří jsou divákům známi již ze zákulisí, vystoupení zaujalo porotu a měli o sobě i co říct na pódiu.⁴⁴

Americká verze pořadu je kratší se stejným počtem vystupujících jako v Británii a tudíž systém střihu a vyprávění je rychlejší. Pořad je střížen víc „na efekt“ než na vztahy, emoce a vykreslení zajímavých postav. I v této verzi se používá předtáček, ale jen výjimečně na skrytou kameru. Přednost se dává mluvenému slovu přímo do objektivu. Z této epizody postoupila do *Velkého třesku* polovina vystupujících, do čtvrtfinále pak 4 z nich a do semifále jen jedno vystoupení. Vystoupení byla velmi pestrá a na tom tato

⁴³ kde jakože nevědí, že jsou natáčeni

⁴⁴ konkrétně o tomto vystoupení se zmíním v kapitole 5.3.1.

show v USA postavena. V příložené tabulce lze vidět, že se neopakují dvě podobná vystoupení v díle ani jednou.⁴⁵ Priorita tvůrců byl efekt, dynamika a pestrost čísel.

Čínská verze pořadu má nejpomalejší tempo, pouze 18 soutěžících v osmdesáti minutách. Ve vybraném díle jsou akcentované vybrané osobní lidské příběhy, které mají v sestřihu mezi pěti a deseti minutami. Snaha byla i o pestrost vystoupení. Oproti jiným verzím pořadu má čínská verze hodně akrobatických vystoupení.⁴⁶ Do semifinále se z tohoto dílu dostal jeden akrobat a dívčí taneční skupina. Ani jedno z těchto vystoupení se nedostalo do finálového přenosu. V páté sérii odvysílali v Číně dvě semifinále, v každém z nich 10 vystupujících. Tato kola se předtáčela, finále pak byl živý přenos, do kterého postoupila z každého semifinále tři soutěžní čísla.

Česká verze pořadu je z analyzovaných dílů nejdelší. Konkrétně druhý díl druhé série má 91 minut a objeví se v něm celkem 32 soutěžních čísel. Struktura dílu a způsob vyprávění příběhů je velmi podobný britské verzi. Do semifinále z tohoto dílu postoupilo 8 soutěžních čísel, do finále ani jedno z nich. Ve třech semifinále vystoupilo vždy po devíti soutěžících, finále se pak účastnilo deset z nich.

5.2.4. Pravidla výběru semifinalistů a finalistů (vyřazování soutěžících v jednotlivých kolech)

Výběr postupujících do semifinále a finále se v jednotlivých zemích liší a to působením mnoha vlivů. Princip pořadu – jak popisuje Bible pořadu – je založený na postupné eliminaci a několika úrovnovém systému vylučování soutěžících. Pravidla soutěže stanoví, že v dalším kole by měl soutěžící dokázat v náročnějším vystoupení, že si zaslouží jít do dalšího kola.

V **americké** verzi pořadu je systém nejpropracovanější a nejsložitější. O postupu soutěžících z *Velkého třesku* do čtvrtfinále rozhoduje porota. Výjimkou pak bylo čtvrté čtvrtfinále, kde vystoupili ti, kteří se přihlásili do *Got Talentu* přes YouTube.com a byli dramaturgy vybráni. O postupujících do semifinálových kol pak rozhodli diváci prostřednictvím sms hlasování; jednoho soutěžícího z každého čtvrtfinále vybrala porota. Stejný systém pak fungoval pro eliminaci ze semifinále do dalšího živého přenosu s názvem *Top Ten*. Z deseti účastníků pak postoupili do finále čtyři z nich a to

⁴⁵ například nezařadili do dílu dvě sólové zpěvačky

⁴⁶ V tomto díle to byl starý pán, který se uměl až neuvěřitelně ohýbat, malý kluk se silným příběhem, který předvedl na pódiu velmi nebezpečné vystoupení a v nebezpečnosti mu zdatně konkuruje další vystupující, který je o pár let starší.

už jen na základě přímé volby diváků. O vítězi rozhodli taktéž diváci a to prostřednictvím sms. Porota v posledních dílech do eliminace nezasahovala. Detailní systémy postupu soutěžících nebudu popisovat, jsou velmi komplikované a není pro cíl této práce zásadní. Důležitý je fakt, že stádií eliminace je hodně a to hlavně z toho důvodu, že se hlásí standartně do pořadu hodně soutěžících a kreativci nemají problém si každý rok vybrat přesně ty, které potřebují. Další důvod je ten, že se vysílá mnoho epizod, a aby se udrželo napětí ve vyřazování, je třeba mít pravidla pestrá. Velkou úlohu hrají jak diváci i porotci. Praxí ve velkých show v USA je možnost diváků zasahovat do rozhodnutí.⁴⁷ Vyřazování probíhá tedy kombinací volby poroty a diváků v několika úrovních.

Britský Got Talent je, co se pravidel eliminace týče, výrazně jednodušší. O postupujících soutěžících do semifinále rozhodují výhradně porotci. Ze semifinále pak postupuje vždy jeden soutěžící, kterého zvolila porota a jeden, kterého poslali svými hlasy dál diváci. Porota má možnost poslat ještě jedno vystoupení do finále přes tzv. *divokou kartu*.⁴⁸ Z jedenácti finalistů diváci zvolili jednoho vítěze, porota nezasahovala do eliminace vůbec. Česko slovenská verze pořadu byla inspirována právě tímto systémem. Do semifinále postoupili soutěžící výhradně na základě rozhodnutí porotců. Z každého semifinále postoupili do finále tři soutěžící.⁴⁹ O finalistovi rozhodovali jen diváci a jejich sms hlasy.

Čína je v systému hlasování jedinečná a jediná oproti ostatním verzím. O postupujících do semifinále rozhoduje stejně jako v ostatních zemích jen porota. Semifinále se vysílají ze záznamu, protože o postupujících hlasují hlavně porotci a odborná porota ve studiu, která je zárukou spravedlivého rozhodnutí.⁵⁰ Vystoupení je v semifinále páté série vždy v *duelech* – tedy dva soutěžící bojují o postup proti sobě. Postoupí ten, kterého zvolí tzv. *media panel*, druhý vypadává.

Z pěti vybere *media panel* dva, kteří vystoupí do finále. Ve třetím kole rozhodují porotci a ze tří zbývajících zvolí jednoho postupujícího. Rozhodování ve finále pořadu je méně přehledné, protože na něj má vliv více kanálů. Do finále postoupilo sedm soutěžících. Šest na základě výsledků semifinále a jednoho posílají do finále diváci. Hlasovat měli možnost přes internet a vybírali z těch, kteří nepostoupili ze semifinále. Sestavili

⁴⁷ Do určité fáze na to má vliv porota, což je v tomto případě kvůli zaručení pestrosti vystoupení v každém následujícím díle.

⁴⁸ Zásah poroty je pro účel zajištění pestrosti vystoupení v živém přenose.

⁴⁹ První dva v pořadí dle počtu sms postoupili přímo. Třetího a čtvrtého vybírala porota mezi třemi, kteří se umístili podle počtu sms na třetím až pátém místě.

žebříček oblíbenosti, do studia pozvali čtyři s nejvyšším počtem hlasů a ten s nejvyšším počtem hlasů se účastnil finále. Stejně tak mohli diváci na internetu sestavovat o tzv. *popularity rank*. Ten s nejvyšším počtem hlasů se neúčastnil duelů a vystupuje sám jako poslední. Během duelů se snížil počet finalistů ze šesti na tři. Hlasování probíhá vždy po vystoupeních a postupující do dalšího kola určuje *media jury*, která má v této sérii sto padesát členů. Počet se tímto redukuje na čtyři soutěžící. Jedno ze čtyř soutěžících má možnost poslat do závěrečného duelu diváci prostřednictvím sms a diváci v sále. Hlasovat mohou přibližně 8-10 minut – přes dobu trvání reklamního bloku. Ze tří zbývajících vyberou druhého soutěžícího do závěrečného duelu porotci. Z posledních dvou finalistů volí vítěze soutěže *media jury*. V Číně je dost znatelný politický vliv i na pravidla soutěže a veřejném hlasování. Když jsem se ptala zástupkyně Fremantlu Sheldon Bailey na tento způsob volby postupujících, zdůvodnila mi, proč s tím nesouhlasí, ale jak je důležité respektovat kulturu a pravidla v této zemi. „*Jsem velmi ráda, že v páté sérii tohoto pořadu hlasuje již také za pomoci moderní technologie. Ještě v roce 2013 volila vítěze media jury velmi zdlouhavým, nepřehledným a vizuálně velmi špatným způsobem. Na pódiu stáli dva finalisté s moderátorem a do toho postupně na pódium vcházeli osobně členové media jury s transparenty (na kterých měli názvy média, které zastupují) a vždy se postavili za jednoho ze soutěžících. Asistenti režie pak vždy počítali, kdo se kam postavil, a po chvíli počítání byla zveřejněna statistika. Hlasování se dělalo velmi napínavé, ale nikdo mu nemohl věřit. Tento rok hlasuje media jury prostřednictvím ovladačů s tlačítky a prakticky online jsou hlasy sečteny. Velmi jsem s čínským vysílatelmelem Dragon TV bojovala, co se týče pravidel vyřazování. Není fér, když proti sobě v duelu vystupují dva nesrovnatelní umělci – tedy je neporovnatelné mít proti sobě mladou zpěvačku se silným příběhem a třeba akrobata. Pro diváky je velmi obtížné udržet poroznost, když se po každých dvou číslech zdlouhavě hlasuje a rytmika pořadu není kompaktní. Navrhovala jsem jim, aby nechali vystoupit vždy pět čist a pět čísel a pak nechat hlasovat porotu o postupujících. Pět vystoupení lze porovnat objektivněji než dvě. Z pěti by mohli postoupit třeba dva přímo do finále a pak by mohla volit další porota. I když mi slíbili, že o tom popřemýšlí, tak jsem si byla jistá, že si to udělají zase po svém a soutěžit se bude v duelech. A taky, že se tak stalo. Pořad byl opět velmi pomalý, diváci v průběhu odcházeli a my jsme ztrácely rating“.* Zástupkyně

⁵⁰ V jednotlivých sériích se pravidla měnila a o vítězi v první sérii rozhodovali pouze diváci. Nikdy nebyla zveřejněna procenta ani počet hlasů a od té doby už se tento způsob volby nepoužívá s tím, že se vysílatel bojí manipulace s počtem hlasů.

Fremantlu v Číně WuDi mi na otázku, proč se nehlasuje prostřednictvím sms, odpověděla: „*Hlasování přes sms nám nedovoluje SARFT⁵¹. V minulosti totiž bylo zjištěno, že když hlasují diváci, tak lze výsledky lehce manipulovat a mnoho fanoušků tak zbytečně zaplatí za sms a stejně nic neovlivní. Úředníci označili tento způsob volby za ten, který má velmi špatný vliv na diváky a následně ho zakázali. Osobně si spíš myslím, že Čína prostě nemá ráda veřejné hlasování všeobecně“.*

5.2.5. Výhra

Konkrétní podoba výhry není přesně v Bibli pořadu specifikovaná, kromě toho, že by „měla výherce posunout dál v jeho právě začaté kariéře“. Porovnám výhry ve vybraných sériích čtyřech vybraných verzí pořadu. V USA se soutěžilo o jeden milion dolarů a angažmá v Las Vegas. **Velká Británie** v šesté sérii zvýšila výhru oproti předchozím sériím ze 100.000 Eur na 500.000 Eur a možnost vystoupení před královskou rodinou. Zvýšení výhry mělo dva důvody. „*Jeden z důvodů byla stále klesající sledovanost předchozích sérií, Simon Cowell se rozhodl vrátit jako stálý člen poroty a přilákat co nejvíce nových talentů. Jako jedna z motivací bylo pětinasobné zvýšení výhry pro vítěze*“ (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor). Druhý důvod je start první série pěvecké talentové soutěže *The Voice UK* na konkurenční BBC. V ní výherce získal 100.000 dolarů a smlouvu s Universal Republic (Love 2011). Výše výhry byl jeden z marketingových nástrojů, jak soutěži zvýšit prestiž a přilákat na Simona Cowella v porotě víc lidí.

Vítěz **česko slovenské** verze pořadu vyhrál 100.000 EUR a možnost vystoupení v Las Vegas.⁵² Cena pro vítěze páté série Got Talentu v **Číně** neodpovídala definici výhry v Bibli. Mladý akrobat získal pronájem auta Škoda Yeti na rok a pohár.

5.3. *Dramaturgie vybrané epizody – analýza struktury vybraného dílu s akcentací na způsob vyprávění příběhů*

Pro přehlednou analýzu struktury dílu slouží zmíněné přílohy 1 – 4, což jsou tabulky s popisem vybraných dílů. Soustředit se budu na dramaturgii dílu. Jak jsem zmínila výše, je tento pořad nejen o talentovaných soutěžících, ale hlavně o jejich příbězích.

⁵¹ State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television of the People's Republic of China.

⁵² Byla nasazena vysoko o rok dříve z podobného důvodu jako v Británii v roce 2012. Nova ve své show Talentmania nabídla výhru 150.000 Eur.

Existuje více způsobů, jak je lze v rámci epizody vyprávět. Analýzou obsahu dílu lze o divácích (o kultuře dané země) vyčíst mnoho zajímavého a najít souvislosti, jak televizní obsah zrcadlí životní styl.

5.3.1. Akcentace příběhů ve vybraných epizodách

Příběh v tomto pořadu může mít mnoho podob a mnoho zobrazení. Jsou příklady, kdy se příběh vnímá jako zajímavý, emoční, životní osud soutěžícího. Příběh je také to, co propojuje díl od počátku do konce. To v tomto případě jsou vztahy mezi porotci a profilace jejich rolí. Obrazově lze vyprávění natočit ve více variantách. Ta nejčastější je předtočený rozhovor v zákulisí, kde o sobě na kameru řekne soutěžící vše podstatné, případně pak něco dodá při otázce poroty na jevišti. Druhá možnost pak je natočit vyprávění do kamery, ale jakože rozhovor s rodinou, jiným soutěžícím – přes skrytou kameru. Tento způsob v Americe a Číně nepoužívají vůbec.

Konkrétně začneme u **americké** verze pořadu.

Z deváté epizody šesté série pořadu bych popsala dva odlišné příběhy, které jsou pro tuto verzi pořadu velmi charakteristické. První je zpěvačka Cindy Chang – žena v domácnosti, rodiče si nepřáli, aby se věnovala zpěvu a nikdy si tedy mohla splnit svůj sen. Působí velmi mile a sympaticky. Po takovém úvodu přijde skvělý zpěv, který dojme diváky (což v prostřizích vidíme) i porotce. Všichni na konci tleskají ve stoje a je vidět, že ji opravdu fandí a podporují ji v tom, že si přišla splnit svůj „americký“ sen.⁵³ Není dobře, aby takových příběhů v díle bylo hodně, protože se punc té výjimečnosti talentu ztrácí. Druhé vystoupení jsem si vybrala to zařazené úplně nakonci – rodina, která již jako několikátá generace jezdí na motorkách v tzv. kouli smrti. Důraz je na rodinu Floresových, kteří jsou evidentně velmi semknutí a hrdí jeden na druhého. Nemají žádný dojemný rodinný příběh, jsou to profesionálové⁵⁴ a poutavé je nebezpečné vystoupení samotné a fakt, že se ho účastní roztomilé děti.

U žádného ze soutěžících nebyl vyprávěný příběh formou skryté kamery. Americká verze je velmi dynamická a takový rozhovor by tempo velmi zvolnil.

Británie je na příběhy v porovnání s americkou verzí mnohem pestřejší. Konkrétní příklad uvedu ten z úvodu třetí dílu. Děj se soustředí na skupinku důchodců v zimních bundách, kteří čekají na vystoupení a baví se o tom, kdo sedí v porotě a jaký je. Vše se

⁵³ Americký sen je ideál / sen, ve kterém možnost svobody přináší příležitosti k úspěchu a bohatství jedince.

⁵⁴ ...kteří nejsou nikdy pro diváka tak zajímaví jako právě obyčejní lidé z ulice, kteří si přišli splnit sen.

točí „jakože“ na skrytou kameru (i když ve skutečnosti jsou synchrony skriptované). Do toho vidíme porotce přijíždět a postupně usadat na místě. Tato skupinka je právě první číslo toho dne. Úvod vystoupení je rozpačitý a trapný – což je vidět na reakcích poroty i diváků. Po pár vteřinách se mění hudba, všichni odhazují zimní bundy a zpívají hit od Beastie Boys (Fight For Your Right), což sklídí velký úspěch u všech a postup do dalšího kola. Stříh je poměrně dynamický, ale temp volnější než v americké verzi. Po konci vystoupení vidíme ještě vtipný pohled a rozhovor ze zákulisí.⁵⁵ Na konci tohoto dílu vystoupila vítězka celé série Ashleigh se svým psem Pudsey. Její příběh uvedli porotci, kteří se baví o psech, před vystoupením vidíme medailonek dívky, která dostává štěně, fotky se psem, rozhovor – celý příběh je vystavěný tak, aby navodil atmosféru a samotné vystoupení je pak dovršením přepokládaného efektu.⁵⁶ Tento díl potvrzuje pravidlo talentových soutěží – nejlepší na konec. Měl by to být silný pozitivní příběh a ideálně někdo, kdo má šanci postoupit do dalších kol. Zároveň konec pořadu musí v divákovi zanechat pozitivní pocit a jasný vzkaz, že má příště dívat znovu.

Britové se na příběhy soustředili víc než jiné země i oproti předchozím sériím. Je to z toho důvodu, že na konkurenční BBC začal ve stejné době *The Voice*, který pracuje pouze se silnými příběhy a tak bylo třeba se tomu přizpůsobit (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor). Britové pro každý příběh využívají skryté kamery v zákulisí, které divákovi napoví jaký vystupující je důležitý, co prožívá před vystoupením a když přijde na pódium, není to už jen jeden čekající z davu.

Česko Slovenská verze je na příběhy velmi bohatá, což souvisí s již zmíněnou stopáž *auditions* epizod. Nelze stříhat tak dynamicky, pokud je třeba naplnit devadesát minut pořadu. Od toho se struktura epizody odvíjí. Jednotlivá čísla nejsou nijak provázaná, nepoživá se způsob natáčení skrytou kamerou v zákulisí, střiženy jsou pouze rozhovory na kameru. Některé příběhy jsou delší, aniž by samotné vystoupení bylo přirozeně příběhem a zasloužilo by si delší stopáž. Jedno takové je více než desetiminutové vystoupení pana Jozefa Pátroviče. Uvádí se retro záběry z předchozího roku, kdy přišel, na vše si stěžoval a nebyl pustěn do dalšího kola. V tomto ročníku se porota domluvila, že mu dá druhou šanci a nechá ho zazpívat znovu ve *Velkém třesku*. U tohoto čísla se pracuje s porotou a moderátory. Na první pohled nesympatický pán, který neumí zpívat, se stane pro všechny terčem posměchu a zlomyslnosti. Což je zajímavé vzhledem k porovnání s jinými verzemi pořadu. Poslední vystupující je paní se silným příběhem

⁵⁵ celé vystoupení je ke zhlédnutí zde: <https://www.youtube.com/watch?v=-m0EZO5O2dM>

srovnatelným se zmíněnou Susan Boyle. Na místě sice byly reakce na její zpěv úžasné, ale tím, že nebyla paní Stanislavová komunikativní a bylo vidět, že opravdu není její životní sen zpívat, nedostala se dál než do semifinále.

Čínská verze show je složena z delších čísel s příběhy (viz Příloha č. 4). Způsob vyprávění je velmi pozvolný a tomu odpovídá délka jednotlivých vystoupení. Téměř každý soutěžící má nějaký další důvod, proč v show je.⁵⁷ Jiné příběhy než ty vystupujících se v pořadu neobjevují. Nejsou akcentovány vztahy porotců, moderátor je upozaděný a nehraje zásadní roli. Celá show je jen o vystupujících a jejich osobních příbězích, ve většině případů odehrávajících se na pódiu. Pro příklad jsem si vybrala malého akrobata Liujia Jiedi. Na pódium přijde se svými sourozenci. Jsou z velmi chudé rodiny, která nemá na studium a občas ani na jídlo. Starší sestra sestrojila „lavici“, na které její bratr předvádí velmi odvážné číslo a přitom nemá žádnou profesionální akrobatickou průpravu; několikrát si při tréningu zlomil ruce. Tímto vystoupením se snaží vydělávat na ulici. Navíc je to poprvé, kdy by měl číslo zvládnout sám bez fyzické pomoci sestry. Vystoupení zvládl, i když vypadlo velmi nejistě a nebezpečně. A takových čísel se opakuje v sérii několik, toto nebyla výjimka. Ještě bych zmínila poslední vystoupení, které bylo dvakrát přerušeno reklamním breakem. Poprvé mělo napnout diváky před začátkem zpěvu a podruhé těsně před finálním rozhodnutím posledního porotce. Samo o sobě by bylo vystoupení poměrně nudné, napětím se mu dal příběh.

5.3.2. Rozložení příběhů do dílu

Vybrané verze se od sebe liší tím, jak mají delší vystoupení rozvrstvené v díle. V některých dílech je vidět, že je struktura propracovaná a každé číslo je na svém místě a má svůj důvod. Jinde jsou třeba vystoupení „do počtu“ a příběhy zdlouhavé. Na rozložení mají vliv i reklamy, na které se v této práci nesoustředím.

Pravidlo je, že v úvodu by mělo být číslo, které je humorné, není emotivní a nevyžaduje soustředěnou pozornost. Do první části pořadu se nedávají nejlepší čísla. Aby bylo číslo nejlepší, je třeba ho porovnat s více špatnými, a proto jsou ta příběhově nejsilnější čísla jako poslední. Konec pořadu je důležitý – divák musí odcházet s dobrým pocitem, že viděl skvělý pořad a příště se k němu vrátí.

⁵⁶ video z audition je ke zhlédnutí zde: https://www.youtube.com/watch?v=dv_gOBi8Wpk

⁵⁷ ...ať už je to proto, že je to starý pár, který si umí dát nohu za krk nebo holka, která je před vystoupením velmi nervózní a skvěle zazpívá.

Tato teoretická východiska ctí **USA**. První vystoupení je humorné a odlehčené. Pak následují čísla vizuálně zajímavá a na začátku poslední třetiny pořadu přijde silný emoční příběh. Na konci tohoto dílu je vystoupení rodiny akrobatů v kouli smrti, které kombinuje napětí, nebezpečí, silné rodinné pouto a děti, které jsou už samy o sobě vždy jeden z nejzajímavějších složek pořadu.⁵⁸ V tomto případě je číslo podle mě na konci dílu proto, že se ve skutečnosti natáčelo jako poslední.⁵⁹

Británie má velmi pravidelnou strukturu dílu s ohledem na délky vystoupení a jejich střídání. Zpravidla mají příběh na začátku, na konci show a vždy před reklamním breakem. Před každým dobrým vystoupením zpravidla zařadí jedno nebo sérií špatných.⁶⁰ Delší čísla jsou delší spíše kvůli emocím než efektu, což je oproti americké verzi naopak.

Druhý díl druhé série *Česko Slovensko má talent* má podobné tempo. Poměrně pravidelně se střídají delší vystoupení se sériích kratších, což je srovnatelné s britskou verzí; na začátku, na konci a před a po reklamním bloku jsou delší vystoupení, která nesou kratší nebo delší příběh. Důraz na kvalitní vystoupení se klade hlavně před breakem, kde je důležité navodit atmosféru takovou, aby se diváci po reklamě vrátili. Zpravidla se objeví sestřih 2 – 4 kratších čísel mezi delšími příběhy.⁶¹ Takové složení se může zdát nahodilé, ale vzhledem k celkové stopáži je takové rozložení neefektivnější. Tempo **čínské** adaptace show je jiné. Příběhy jsou skládány náhodně nebo tak aspoň struktura vypadá. Nelze říci, že je logika skládání čísel za sebou nebo rozdělení do dílů. Například na konci je vystoupení, které určitě není tak dobré jako 3 jiné vystoupení předtím. Dále se v pořadu neobjevují prakticky vůbec krátká vystoupení, jen výjimečně mánějaké méně než jednu minutu.

5.3.3. Pestrost ve výběru vystoupení

Pestrost vybraných čísel je základním stavebním principem této show. Díky tomu se odlišuje od všech pěveckých. Základní dělení lze popsat jako: zpěv, tanec a *variety*. Tyto kategorie samozřejmě spoustu podob a na ty je třeba při stavbě dílu myslet.

⁵⁸ Všechny zmíněné prvky přitahují diváky, není to jen tak k vidění někde jinde a emoce u dětí jsou opravdové.

⁵⁹ Američani natáčejí každý díl prakticky chronologicky a scénář mají daný předem – možná by se na konec víc hodil emotivní příběh zpěvačky Cindy Chand, ale prakticky s tím nechťeli pracovat a zachovali svá pravidla.

⁶⁰ Například před taneční skupinou Four Corners je krátké vystoupení špatné taneční skupiny, která pak dává lepší atmosféru té následující.

⁶¹ Snaha je také rozložit rovnoměrně skupinová a sólová čísla; např.: po skupině taneční skupině Respect Us následují tři sólová vystoupení a tepr potom znovu skupinové.

Rozhodně nejpestřejší je **americká** verze pořadu. Důvodem je již zmíněný casting soutěžících, který dává možnost si vybrat přesně dle toho, co se do dílu hodí a nikoli naopak. Petrost vybraných vystoupení a dynamika střihu dává najevo, že je to show plná skvělých talentů a že v Americe můžeme najít ty nejlepší. Příběh je pro ně vedlejší, vystoupení jsou velmi krátká a i ta delší nikdy nepřesáhnou osm minut. Konkrétně v tomto díle bylo nejdelší poslední číslo.⁶² Vystoupení z tohoto dílu jsou v popsána v Příloze č. 1 a z toho lze vyčíst, že ani jedno vystoupení se neobjevuje dvakrát v díle. Výjimkou je kouzelník – ovšem první z nich je velmi špatný a objeví se pouze na minutu a druhý je starší pán, který předvádí spíš snand up comedy.

Britain's Got Talent sice není co do rozmanitosti čísel tak pestrý, ale obsahu nijak neškodí. Když se podíváme v tabulce na přehled čísel, tak v nějaké formě se objevuje jen zpěv a tanec.⁶³ Tanec je vždy ve skupině a zpěv naopak sólově. Liší se ovšem stylem, žánrem a vzbuzují jiné emoce a jinou atmosféru.⁶⁴

Československá verze pořadu byla ve druhé řadě poměrně dost pestré zastoupení. Po úspěšné první verzi byl casting úspěšný a také se investovalo do zahraničních vystupujících, kteří se v průměhu *auditions* i semifinále kol objevili (Lukáš Franta, kreativní producent Česko Slovensko má talent, výzkumný rozhovor). Konkrétně ve vybraném díle z více než třiceti vystoupení byl zastoupen sólový i skupinový zpěv a tanec, nebezpečné vystoupení, snand up představení, žonglování, akrobacie apod. Díl působí, že obsahuje mnoho žánrů a i v rámci toho stejného typu vystoupení jsou účelem jiné emoce.⁶⁵

China's Got Talent i přesto že má čísel (18) vzhledem ke stopáži (80 minut) málo, tak nejsou vystoupení rozmanitá. Převažují akrobaté, zpěváci a taneční vystoupení.⁶⁶ Kromě toho už byla pouze dvě čísla jiná než výše jmenovaná. V jednom díle mají dva malé chlapce (jeden zpěvák a jeden akrobat), kteří mají dlouhý příběh se stejnou emocí. Stejně tak mají dva velmi dobré akrobaty (malého chlapce a jednoho staršího) s podobným vystoupením. A srovnatelná vystoupení jsou i dvě taneční skupiny.

⁶² Flores Family v kouli smrti.

⁶³ Výjimkou může být snad jen vystoupení s obručí a tanec se psem.

⁶⁴ např. je neporovnatelný zpěv mladé dívky s emotivním příběhem a vystoupení sebevědomého kluka, který si stěžuje, že mu nefunguje mikrofon.

⁶⁵ Např.: špatný zpěvák Bad Boys Blue Revival se proměnil v komické číslo což je tedy neporovnatelná atmosféra ve srovnání s vystoupením dobrého zpěváka Pavla Callty.

⁶⁶ tři akrobaté, z toho dvě jsou čísla kolem deseti minut; šest zpěváků a čtyři taneční vystoupení.

5.3.4. Zahraniční vystupující a etnické zastoupení ve vybraném díle

Je zajímavé se podívat na etnické rozložení v díle i zahraniční soutěžící. Dle Bible se do pořadu smí přihlásit kdokoli a je pak už na vysílateli, jestli casting otevře i pro ty, kteří nemají na území občanství nebo si třeba dokonce i zahraniční umělce do pořadu pozve. Zajímavé je také etnické zastoupení vystupujících v jednotlivých zemích, což bych ráda porovnála.

Nejpestřejší co do rozmanitosti rasové příslušnosti je americký *Got Talent*. Vzhledem ke složení obyvatelstva je počet vystupujících bělochů, černochoů, asiátů a hispánců odpovídající realitě (Cooper 2012). Konkrétně je v tomto díle zastoupeno pět čísel, kde vystupují běloši, tři čísla jsou černošská, dvě skupiny jsou mixované, jedna Indiánka a jedno číslo Hispánců (která má nejdelší stopáž). „*Ano, existují jakési kv'ty, které určují poměr rasové příslušnosti. Neznám ta procenta přesně, ale každý vysílatel v Americe je respektuje, ať už natáčí televizní pořad, seriál nebo film*“ (Sheldon Bailey, konzultant spol. Fremantle, výzkumný rozhovor).

I v **britské** epizodě najdeme rozmanitá etnika nebo příslušnosti. Všichni porotci i moderátoři jsou běloši, oprot americké verzi, kde je moderátor afroameričan. Všichni soutěžící se prezentovali jako britové a mluvili anglicky, převažovala evropská bělošská populace. Sólově vystoupila jedna asiátka a dva černoši, kterých se ještě objevilo několik v tanečních skupinách.

Druhá série v **Česku** byla na zahraniční čísla a různé rasové příslušnosti pestrá.⁶⁷ Tato čísla lze rozdělit na ty soutěžící, kteří se přihlásili sami –což je v tomto díle Egyptan, Polák a Maďaři - a na taková čísla, která se „objednala“- což je tomto díle soutěžící Busty Heard.⁶⁸ „Český divák nerozeznává převahu českých nebo slovenských účastníků v díle. Jsou rozloženi rovnoměrně, ale nejsou klíčem k sestřihu čísel ani k výběru do dalších kol“ (Lukáš Franta, kreativní producent Česko Slovensko má talent, výzkumný rozhovor).

V **Číně** nejdeme mezi vystupujícími nikoho jiného než občany Čínské lidové republiky a všichni soutěžící jsou asiáté. Není oficiálně zakázané, ale spíš nežádoucí, aby se objevili jiní občané než číňané a vysílatelé to respektují (WuDi, zástupkyně spol. Fremantle v Číně, výzkumný rozhovor).

⁶⁷ a cizinec se také stal i vítězem

5.3.5. *Porotci a jejich role*

Porotci jsou zárukou toho, že postoupí z prvních epizod do Velkého třesku a pak do semifinále jen ti „dobří“. Do jisté míry jsou prodlouženou rukou režiséra a kreativního týmu a musí hrát své role. Doporučené rozdělení je popsáno v Bibli pořadu. Porotci se vybírají účelně tak, aby byla show pestrá. Jeden z porotců by měl být „kat“. Není u soutěžících oblíbený, říká někdy i velmi drsně svůj názor, ale zároveň to musí být někdo, kdo dobrý talent rozezná a diváci mu to uvěří. Měl by být tím kritickým sítem při výběru. Aspoň jeden člen panelu by měla být žena. Ta má zastupovat empatickou složku, být ta hodná a umět odpustit chybu a povzbudit. Třetí člen poroty je bavič. Specificky se hledá někdo, kdo si umí udělat legraci jak sám ze sebe a nezábavné vystoupení umí povznést. Dále konzultant doporučuje, aby porotci byly různých profesí. (pozn. není určitě šťastné mít dva zpěváky ze tří) Měli by působit jako arbitři, kteří mají právo hodnotit a divák nemá problém jim uvěřit. Jsou zobrazeni vždy jako velmi vážení a bohatí lidé – v úvodu přijedou krásným autem, jdou po červeném koberci do divadla a dav je nadšeně vítá.

V USA jsou v porotě tři členové: britský novinář Piers Morgan, Sharon Osbourne a kanadský moderátor Howie Mandel. Piers je v této verzi pořadu ten „zlý“⁶⁹, kritický k americké kultuře a kvůli tomu také často terčem posměchu. Sharon Osbourne je moderátorka, manažerka, podnikatelka, manželka slavného rockera a často se objevuje v různých reality show.⁷⁰ Její role je „empatická žena“, která se i mezi dvěma kolegy umí obhájit. Třetí člen poroty je bavič Howie Mandel⁷¹ a jeho role je nejen bavit, ale být i ten kontroverzní, podporovat i méně talentované soutěžící a umět si z nich i ze sebe udělat legraci. Zároveň je v opozici s Piersem a to i mimo divadlo. Tyto role jsou zřejmé již v prvních minutách pořadu.⁷² Během prvního čísla na pódiu jediný Howie nestiskne „X“, i přesto, že publiku se vystoupení nelíbí a Sharon i Piers „X“ stiskly. Sharon si s chlapci povídá a svoji roli „být empatická“ plní. Piers je nekompromisní a kromě kritiky vystoupení si ještě dělá legraci ze své kolegyně, která po něm v závěru hází papíry. Vše vypadá poměrně spontánně a i divák, který předchozí díly neviděl, a nebo charakteru porotců nezná, je velmi rychle zapojen do děje a ví, co čekat. Druhá situace,

⁶⁸ ta se dříve objevila v americké verzi pořadu a její vystoupení spočívá v rozbíjení předmětů nadry

⁶⁹ je člen poroty i britské verze pořadu, ovšem ne v 6.sérii

⁷⁰ Poprvé se objevila v reality show The Osbournes, který sledovala každodenní život slavné rodiny; portokyně britského X Factoru 2004 – 2007 a 2013 o; soutěžila v pořadu Apprentice; moderovala talk show The Talk.

⁷¹ Kromě jiných aktivit také moderátor televizní soutěže Deal or No Deal – u nás vysílané pod názvem Vylomeniny moderovanou Martinem Dejdem, který byl členem poroty naší verze *Got Talentu*.

kde se projevila role porotců je po 23. minutě pořadu. Je to sestřih situací ze zákulisí, kde Howie provokuje Piere. Ten ho kritizuje, že za ním pořád chodí a něco mluví a on by chtěl mít klid. Takové sestřihy situací jsou prakticky v každém díle pořadu. Role porotců se drží, mění se témata, která jsou předmětem sporu. Střihy takových situací jsou velmi rychlé a jen výjimečně mají přesah do vystoupení před nebo poté. Porotci v této verzi show mají sice důležitou roli, ovšem nejsou výraznější než soutěžící. Každý díl končí večerem, kdy porotci odjíždí z divadla do hotelu. Vyprávění je uzavřené do jednoho dne a i v reálu se jeden díl natáčí jeden den.

V **britské** porotě se vystřídalo v 6.sérii celkem pět porotců, v dílech vždy pak byli čtyři nebo tři z nich v různých kombinacích. Simona Cowell, David Walliams, Amanda Holden, Alesha Dixon a Carmen Electra. Simon zastává roli „kata“, což mu předurčuje jeho bohatá producentská kariéra. Veřejně se proslavil právě jako porotce talentových soutěží i v Americe. David je bristký komediální herec, scénárista a moderátor, zastává tedy správně roli komika. Amanda Holden je britská herečka a zpěvačka, která se v porotě objevuje každý rok. Známa se stala hlavně díky této show. Zastává roli empatické zkušené ženy, které se na veřejnosti objevuje od roku 1991. Mladší kolegyně je Alesha Dixon, rappová zpěvačka a moderátorka; byla členkou poroty v roce 2012 poprvé. Známa je hlavně z poroty pořadu *Strictly Come Dancing*. Carmen Electra hostovala v šesté sérii jako čtvrtý porotce. Tato americká herečka známá hlavně ze seriálu *Pobřežní hlídka* a titulní stránky časopisu *Playboy* se objevila pouze v *audition* epizodách. V té době byla partnerkou Simona Cowella.

I když se členové poroty několikrát za díl mění, neztrácí se příběh a vztahy mezi nimi. Klíčoví jsou muži, což je nejlépe vidět v pasáži, kde se David snaží Simona poučovat, jak má soutěžící hodnotit. Tři porotci jsou proti rozhodnutí Simona a dají mu najevo, že ho můžou přehlasovat.

Během celého dílu mnohokrát vidíme zákulisí s porotou, jak jedou ve výtahu nebo v šatně. Zajímavá situace (natočená účelně) je před vystoupením dogdancing. Porota se mezi sebou baví o tom, jaký mají vztah ke psům a Simon je představen na své „misi“ najít v letošním ročníku nejlepšího psa.

Tří-členná porota **Česko Slovensko má talent** se oproti předchozí sérii změnila. Jana Krause vystřídal Martin Dejdar- moderátor, herec a producent. Jako člen poroty zastával

⁷² Porota se snaží v divadle najít cestu do hlediště – Piers ji najde jako první bez problémů, Sharon chvilí s Howiem zkoumá zákulisí, ale odchází a Howie zmateně běhá a hledá kudy má jít. Nemá problém si dělat legraci sám ze sebe.

roli „komika“ a to i ve třetí sérii pořadu.⁷³ Lucie Bílá hraje roli empatické ochránkyně soutěžících ve všech čtyřech sériích. Je jedna z nejoblíbenějších zpěvaček v Česku i na Slovensku. Jaro Slávik nebyl před první řadou show známý vůbec. Během velmi krátké doby ho diváci začali vnímat jako přirozenou autoritu vzhledem k jeho (marketingově dobře zpromované) bohaté producentské kariéře. V roli „kata“ si od počátku vedl velmi dobře a svoji roli plnil. Porotci jsou velmi kontaktní a působí jako blízcí kamarádi spíš než jako kolegové. Tento fakt lze sledovat ve stand up vystoupení s názvem *Albertikova báječná show*. Jaro se nesměje a je proti klaunovi s dětským hlasem. Lucie i Martin se ohromě baví a chtějí číslo vidět znovu. Při tomto čísle je profilace rolí znatelná velmi dobře. Zákulisí s porotci je natočeno velmi málo, takže i když mají v show hodně prostoru je to hlavně o tom, co řeknou za porotcovským stolem.

Porotcům v **Číně** se říká „dream observers“, slovo „jury“ používají pro mediální odborníky, kteří rozhodují o vítězi. Porotce nazývají tady jako „ti, kteří mají dohlížet“. Jejich role je výhradně před jevištěm, ze zákulisí se nebojují žádné záběry.⁷⁴ Jediná žena v porotě jménem Zhao Wei (uměleckým jménem Vicky Zhao) se proslavila herectvím v seriálech i filmech, pak nazpívala několik alb a začala i režirovat. Za herectví získala i několik prestižních ocenění. Věkem nejstarší člen poroty Wang Weizhong je⁷⁵ titulovaný jako „otec taiwanské televizní zábavy“, je uznávaný televizní producent. Liu Ye je známý čínský herec a oblíbený hlavně u mladých diváků. Su Youpeng je popová hvězda známá po celé Asii. Proslavil se u mladší generace jako člen populární kapely a pak také jako hvězda seriálu, ve které hraje i Vicky Zhao. Vztahy mezi porotci nejsou osobní, působí jako čtyři separové jednotky a jen výjimečně na sebe reagují. Někdy se některý z nich objeví pro zpestření čísel na pódiu, to je asi podobné jako v jiných verzích. Nehraje se mezi nimi žádný příběh a nejsou zřejmé jejich role. Tento princip nefunguje tak, jak je zmíněno v Bibli pořadu. Nejstarší muž je bráný nejvíce jako autorita, žena je přirozeně empatická a její seriálový kolega je také spíš ten emotivní a racionální. Liu Ye působí nejvíce jako trochu nespoutaný a připravený si udělat legraci.⁷⁶

⁷³ ve čtvrté ho pak střídal Leoš Mareš

⁷⁴ kromě těch v úvodu dílu

⁷⁵ v díle je vždy v bílém obleku

⁷⁶ například, když během čekání Vicky a Su zpívají, tak je Liu stopne pomocí červeného „x“

5.3.6. *Moderátor / moderátoři a jejich role v pořadu*

Moderátor nebo moderátoři nehrají v tomto pořadu klíčovou roli. Na začátku představují pravidla soutěže, města castingů a namlouvají *voice over*. V úvodu pořadu natáčí mezi fanoušky nebo soutěžícími, kteří čekají na své vystoupení. Po dobu každého čísla jsou v zákulisí, dělají rozhovor se soutěžícími před i poté komentují vystoupení, ovšem ne vždy je střížený do dílu. Není výjimkou, když se moderátor objeví na pódiu na vyzvání soutěžícího nebo porotců, kteří ho chtějí zapojit do vystoupení. S moderátory se natáčí vstupy v jednotlivých městech nebo na místech, která jsou pro místo konání castingu specifická. Větší role pak mají v živých přenosech.

V **americké** verzi pořadu je jeden moderátor - Nick Cannon. Soutěž moderuje od roku 2009, kromě toho se živí i herectvím a je rapper a producent. V roce 2008 se oženil se zpěvačkou Miriah Carey. Jeho role je při *auditions* pouze v zákulisí, jen výjimečně je u něj někdo z rodiny vystupujícího.⁷⁷ Tím, že je způsob střihu velmi rychlý a moderátor nemá moc prostoru, tak další postava v zákulisí by příběh komplikovala. Moderátor namlouvá *voice over* a představuje v úvodu město, kde se casting koná většinou jako jeden v davu lidí. V živých přenosech je pak jeho role velmi jednoznačná – průvodce živým přenosem dle scénáře. Na jeho improvizaci je prostoru minimálně.

Britská moderátorská dvojice Ant and Dec je známá především z moderování velkých zábavných pořadů *Saturday Night Takeaway*, *Pop Idol* a *I'm Celebrity...Get Me Out of Here*. Nejen, že jsou moderátory *Got Talent*, ale také jeho tváří. Jejich role sice není zásadní, ale rozhodně nejsou upozaděni. Mají poměrně hodně prostoru v pořadu. V díle moderují několik vstupů ve městech nebo na castingových místech, dělají rozhovory u všech větších čísel a objevují se i jako jejich součást na pódiu. Během vystoupení jsou prakticky vždy stříženy jejich reakce, sami se aktivně mezi sebou baví o tom, co se děje. Jsou empatictí a nedělají si z žádného vystupujícího legraci. Není výjimkou, že u nich v zákulisí je člen rodiny nebo někdo blízký od soutěžícího na pódiu. Tím, že je tempo vyprávění pomalejší než u americké verze, je jim dán větší prostor.

V **česko slovenské** show byly vždy dva moderátoři – Čech Jakub Prachař a Slovák Martin „Pyco“ Rausch. Pyco začínal jako moderátor v rádiu a upozornil na sebe v pořadu *Slovensko hledá Superstar* a poté v taneční show *Let's Dance*. Jakub před *Got Talentem* nemoderoval žádný televizní pořad. Pochází z herecké rodiny a od mládí působí jako herec a hudebník. Když dvojici poprvé viděli konzultanti, potvrdili, že jsou

⁷⁷ ve vybraném díle to byla pouze maminka dětí, které při posledním čísle

energií velmi podobní jako moderátoři britského pořadu Ant a Dec. Díky jejich dobré improvizaci a smyslu pro humor mají v této verzi pořadu moderátoři dost prostoru. „*Některá vystoupení bychom v sestřizích ani nepoužili, kdyby k tomu nebyly vtipné improvizace moderátorů*“ sdělil kreativní producent pořadu Lukáš Franta.⁷⁸ Moderátoři jsou vidět nejen v divadle, ale také v tzv. spojovacích natočených na lokacích.⁷⁹ Často v zákulisí za pódie je s moderátory někdo blízký od soutěžícího.

Čína má jednoho moderátora – Cheng Lei. Je zkušený a známý i z jiných velkých show (*The Cube, Super Diva, So You Thing You Can Dance*). Prostor v pořadu má minimální. Natočil úvodní stand up a pak u některých čísel dělá krátký rozhovor v zákulisí. Vystoupení nekomentuje a ani není vidět v sestřizích.

5.3.7. *Vítězové vybraných sérií pořadu*

Je velmi zajímavé porovnat, kdo v jaké verzi pořadu soutěž vyhrál. Jak již bylo řečeno, vítěze v Británii, USA a Česko Slovensku volí diváci prostřednictvím sms, v Číně o něm hlasuje *media jury* – tedy porota odborníků z místních médií.

U **USA** zvítězil afroameričan Landau Eugene Murphy, Jr. - velmi veselý a příjemný muž, který deset let myje auta, ale touží po tom stát se zpěvákem. Vyrůstal se čtyřmi sourozenci v Detroitu a nemohl dostudovat, aby matce pomohl všechny uživit. Chvilí žil ve svém autě než se vrátil do rodného města a oženil se. Začal mýt auta a ve svých 36ti letech vyhrál šestou sérii *America's Got Talent* a doposud vydal dvě CD.

Ve **Velké Británii** zvítězila šestnáctiletá dívka Ashleigh se svým psem Pudsey. Sestřih jejich prvního vystoupení jsem rozebrala v kapitole 5.3.1. Diváci u obrazovek viděli velmi dojmavý příběh dívky, která miluje svého psa. Pomohly k tomu fotky i home video, jak dostává štěně. Jako vítězka soutěže vystupovala s svým psem před královnou a v roce 2013 bylo oznámeno, že se začíná připravovat film s Pudsey, který má premiéru v květnu 2014 (Dogicinema 2014).

Česko slovenskou verzi pořadu vyhrál mladý tanečník z Kyrgyzstánu Atai Omurzakov. Do pořadu ho přihlásil kamarád, který ho potkal na studijním pobytu. *“Na casting opravdu přišla přihláška a link na ukázkou toho, co Atai umí a chtěl by to přijet ukázat. Produkčně jsme mu pomáhali s vizem a zajištěním dopravy. To město, odkud je, je fakt daleko a doprava do Evropy z této země je velmi složitá i finančně náročná”*(Lukáš

⁷⁸ Konkrétně v tomto díle pořadu poradili moderátoři dívčí skupině, aby Jara Slávika oslovila „stejda Slávo“ a jen díky tomu bylo jejich představení zajímavé.

⁷⁹ V tomto díle např. V Brně a Bratislavě před kostelem a na fotbalovém stadionu Baníku.

Franta, kreativní producent Česko Slovensko má talent, výzkumný rozhovor). V semifinále jeho vystoupení uvedl velmi dojmavý medailonek, kde Atai řekl doslova “*vše, co dělám, dělám pro svoji maminku*”. Nepochází z bohaté rodiny a peníze by dal právě jí. Nejen tento příběh, ale i příběh v tanci, který ukázal za pár okamžiků, mu velmi pomohl k vítěznému finále. Česko Slovenskou verzi pořadu tak vyhrál chlapec, který mluví Rusky a pochází z Kyrgystánu. “*Počet sms, které přišly, zveřejnit nemůžeme, ale mezi prvním a druhým místem byl opravdu obrovský rozdíl. Vyrál naprosto suveréně*” (Lukáš Franta, kreativní producent Česko Slovensko má talent, výzkumný rozhovor).

Čínský Got Talent v roce 2014 vyhrál mladý akrobat Yin Zhonghua a i ten pochází z chudé rodiny. Ta ho při prvním vystoupení podporovala přímo na místě. Jeho příběh nebyl při *auditions* až tak dojemný, ale více se o něm diváci dozvěděli v medailonku, který předcházel semifinálovému číslu. Pracuje v nočních klubech, ale přál by si vytupovat na větších jevištích. Vzhledem k tomu, že postupující ani vítěze nevolí diváci, tak byl tento mladý muž kompromisem – skvělý talent, ale příběhy se rozhodně v pořadu objevili v kombinaci s talentem i lepší.⁸⁰

5.4. Shrnutí

Všechny vybrané země nasadili formát do prime timu, lišili se ve dni nasazení a sezóně, což uzpůsobili vlastnímu trhu. Jediní, kdo si vybrali low season pro vysílání bylo USA. Tam také odvysílali nejvíce epizod a rekordní byli v délce vysílání.⁸¹ Američané nasadili nejvíce živých přenosů a nechali tak v postupném vyřazování rozhodovat hlavně diváky, kteří měli vždy do druhého dne čas hlasovat. Naopak v Číně byl živý přenos pouze jeden (finále). Struktura je tedy velmi adaptabilní a lze modifikovat podle počtu přihlášených nebo zkušeností z předchozích sérií a obdobných show.

Casting je podle lokace velmi specifický a počet obyvatel daného státu neznamena větší výběr v počtu přihlášených. Motivace pro přihlášení je v Číně a USA stejná – chtějí být slavní a prožít tzv. *americký sen* díky této soutěži. Velkou roli hraje povaha obyvatel a místní zvyky. Tento přístup soutěžících v případě USA generuje velké množství přihlášených, v Číně je to ovšem jiné. *Got Talent* se vysílá pouze na Dragon TV (nepokrývá celou Čínu), problém jsou vzdálenosti, ne pro každého je možné absolvovat

⁸⁰ v jiné verzi není tolik skvělých akrobatů jako v Číně. To, co umí je až neuvěřitelné. První vystoupení vítěze je ke shlédnutí zde: <https://www.youtube.com/watch?v=PfgTXMGpkKs>

cestu na casting a konečně pak selekce soutěžících, kteří musí splňovat pravidla řekněme politické korektnosti.

Výchova je v Americe specifická, nikdo se nestydí za to, jak vypadá, nebo že nezpívá dokonale; mají velké sebevědomí a i v sále při natáčení je vidět, že se všichni podporují.⁸² Česko a Británie si jsou v tomto ohledu docela podobné, různí se počet obyvatel a ekonomika zemí, ale televizní obsah je srovnatelný a tedy i povaha obyvatel. To je v sestřizích vidět ve chvíli, kdy přijde na pódium někdo, kdo nezapadá do standardu. Publikum dává najevo, když jsou nespokojeni nebo se jim výkon nelíbí, reakce umí být velmi intenzivní. Je vidět, pobavenost, když porotci soutěžícího zesměšní nebo poníží.

Při porovnání způsobu hlasování jsou rozdíly znatelné a právě ty odráží kulturní a politickou situaci Číny. Česko a Británie mají vzhledem k Bibli pořadu standartní systém rozhodování, který je obvyklý. Tedy v prvních dílech rozhoduje porota, v živých přenosech pak diváci. Amerika dává více prostoru divákům tím, že natáčí čtvrtfinále, ve kterých diváci vybírají ze 72 soutěžících. Na druhém konci „demokracie“ v hlasování veřejnosti je Čína, kde diváci rozhodují jen o mezi postupu do finálové trojice a to během pár minut během přenosu.⁸³ Na tento fakt má vliv hlavně politická situace v zemi.

Rozdíly jsou také počtu postupujících z dílu. V Číně vždy dostanou „ano“ vystoupení, která jsou dlouhá a naopak krátká mají ve většině případů „ne“. V ostatních verzích se už takové pravidlo neobjevuje.

Nejvyšší výhra je v Americe – jeden milion dolarů a angažmá v Las Vegas, pak v Británii (půl milionu liber a vystoupení před královskou rodinou) a v česko slovenské verzi pořadu je to sto tisíc eur a vystoupení v Las Vegas. Čína má cenu, kterou vítěz dostane k zapůjčení a to auto na jeden rok a zlatý pohár. Žádné jiné věcné výhry ani peníze. Vyhrát takovou soutěž je tedy pro prestiž, ale ne pro peníze. I toto je ovlivnění místní politikou a zvyky, které ovšem ideologie nastavila.

Na příběhy se klade důraz ve všech vybraných verzích pořadu, ovšem v každé zemi jinak. Amerika má vyprávění velmi rychlé, dynamické a příběhů není v díle mnoho. Mimo pódium ukazuje soutěžící minimálně a příběh se tak ohehrává hlavně na jevišti, důraz je na efekt spíš než na emoce. Jiné je to v ostatních verzích. Opak USA je Čína a

⁸¹ necelých pět měsíců, ostatní země tři měsíce

⁸² to vše velmi usnaňuje výběr z rozmnitého množství přihlášených

⁸³ takže je i pochybné kolik sms se stihne spočítat za tak krátkou dobu

Británie – ovšem každá ze zemí je jiná. V Číně jsou příběhy velmi dlouhé, celé se odehrávají na jevišti a nepracuje se s dynamikou střihu ani vyprávění. Mají velmi pozvolné tempo, často je zpracování velmi „syrové“ (např. bez podpůrné hudby a dlouhé monology nebo dialogy) a efekty nepoužívají k podpoře příběhu prakticky vůbec. Velká Británie má celý díl postavený na mnoha různých příbězích, samotná vystoupení mají přesah – nejsou tedy jen na jevišti, ale i mimo něj.⁸⁴ Příběh podporují i domácím videem nebo soukromými fotografiemi. Rozhovory nejsou jen na kameru, ale i skriptované na záznam v čekací místnosti. I porota má připravené otázky a ví, jak a na co se zeptat. Například Simon Cowell používá i scénář (což je často vidět). Někde uprostřed je česká verze pořadu. Příběhy nemají přesah do zákulisí, jsou od sebe oddělené, ale je vidět snaha o podobný způsob vyprávění jako v britské verzi. Využívá se dost efektů a příběh podporuje porota díky připravenému scénáři.

V rozložení příběhů a delších čísel do dílu má pravidelnost česká a britská verze *Got Talentu*. Amerika má v celém díle jen tři delší větší čísla. V kontrastu s USA je opět Čína, kde je většina čísel s příběhem, delších a jen minimum je naopak. Jejich rozložení v dílu není logické a nemá pravidla. Řadí příběhy za sebe tak, že není jasné, který je ten klíčový z daného dílu. Tím, že jich je tolik ztrácí se punc výjimečnosti a exkluzivity takového čísla.

Ani v jedné verzi pořadu se nestalo, že by se soutěžící, který se dostal do finále, objevil jen v krátkém čísle. Vychází se z předpokladu, že diváci budou fandit tomu, kdo je jim sympatický a hlavně ho budou znát. Je třeba takové osobnosti profilovat už v *auditions* epizodách, aby zanechali v divácích nějakou emoci a vzpomínku.

Díky příběhu diváci vybírají vítěze. Čím větší emoci se soutěžícím zažijí, tím se zvyšuje pravděpodobnost stát se vítězem. V případě Číny vyhrál spíš „talent“ než „příběh“ což si lze zdůvodnit, že o výherci rozhoduje *media jury* a ne publikum.

Co se týče pestrosti vybraných vystoupení, tak opět v protikladu je USA a Čína. *America's Got Talent* je co do výběru vystoupení nejrozmanitější a zakládá si na tom, aby se od jiných talentových show odlišila. V Číně jsou vystoupení jednotvárná, mají pomalé tempo vyprávění a podobné emoce v každém z nich. Mezi Českem a Británií vidím rozdíl v tom, že *Britain's Got Talent* skvěle pracuje s těmi talenty, které má k dispozici a snaží se o pestrost v emocích a energii na pódium. V *Česko Slovensko má talent* je cítit snaha se inspirovat v britské verzi. Čísel je hodně a pestrost je velká,

⁸⁴ a snímají se skrytými kamerami

ovšem delší čísla jsou hlavně pěvecká a taneční. Česko i Británie upřednostňují příběh soutěžícího před pestrostí nebo efektním vystoupením.

Co se týče zastoupení menšin společnosti a cizinců, tak se opět proti sobě dostala v tomto srovnání Čína, kde vystupují jen asiáté čínské národnosti, a Amerika, kde sice vystupují převážně američané, ale rasy odpovídají jejich zastoupení v USA. Česko se soutěžícím různých ras a národností nebrání, naopak si tak pomáhá v pestrosti castingu. Velká Británie pracuje s tím, kdo se jim přihlásil. Nebrání se cizincům ani jiným rasám, kteří se v soutěži v menší míře objevují.

Prostor pro projev porotců v díle je menší v USA a Číně – upozadění jsou v USA v délce jejich projevu a v Číně v možnostech rozhodování. Česko a Británie dává porotcům větší prostor a snaží se s nimi pracovat jako s důležitou součástí pro vytvoření děje a příběhu. Společně ve všech zemích jsou vybrané osobnosti porotců. Vždy to jsou všeobecně známí lidé, kteří mají nějakou kompetenci zasednout v porotě talentové soutěže a zkušenosti rozhodovat a posuzovat, kdo má a nemá talent. Jsou prezentováni jako významní lidé (jezdí limuzínou, chodí po červeném koberci, jejich představení je velkolepé). Rozdíl je pak v jejich profilaci v pořadu. Nejvíce lze jejich vztah odhadnout podle dění v zákulisí – což umožňuje americká a britská verze pořadu nebo jim je dán prostor v případě české verze k projevení emocí a vzájemných vztahů přímo před jevištěm. V Číně porota působí jako čtyři oddělené jednotky, které mezi sebou jen výjimečně komunikují a neregují ani na to co jeden nebo druhý řekl. Nedělají si legraci ze sebe (což je v jiných zemích samozřejmá součást) ani ze soutěžících.

Čína – USA – Velká Británie – Česko Slovensko – takto vypadá řazení zemí dle prostoru, které dávají moderátorům. Amerika využívá moderátora jen pro účelné potřeby jako například natočit vstup, udělat rozhovor se soutěžícími, výjimečně přijde na pódium, kde se zapojí do vystoupení. V Číně má moderátor jen vstup v úvodu pořadu a pak výjimečně v zákulisí. Prakticky ho nevyužívají. V britské verzi jsou moderátoři rovnoměrně v díle ve vstupech i v rozhovorech se soutěžícími. A v české verzi je moderátorské dvojici dáno hodně prostoru, jejich role je nejen uvést čísla a udělat rozhovor, ale i se zapojit do dění a působit jako zábavná součást pořadu.

ZÁVĚR

Pořad *Got Talent* je něco, s čím a čím žijí již víc než čtyři roky. Od počátku mě fascinoval a bavil tím, že tolik lidský osudů lze zahrnout do jedné epizody zábavného pořadu. Když jsem začala pak sledovat zahraniční verze, tak mě fascinovalo tolik možných způsobů zpracování a začala jsem pátrat po tom *proč*. Nejsem si vůbec jistá, jestli se tyto pocity, zkušenosti a nadšení refletovaly do analýzy v kapitole pět. Snažila jsem se vysvětlit, jak a kde takové rozdíly ve stejném typu pořadu mohou vznikat. A šla jsem na to postupně. Nejprve jsem se zaměřila na čtyři státy, které mají jinou televizní i kulturní historii. Jediné, co měli a mají společné, je popularita televizní zábavy, i když se její počátky v každé zemi datují od jiného roku. Tam, kde existuje televizní vysílání je televize národním médiem; v některých zemích státním, jinde soukromým. Televize a národ jsou spojené; ovšem je tendence toto spojení oslabovat. Cílem vysílatelů je obsahy globalizovat tak, aby byly ještě stále lokálně přijatelné. Dnes lze mluvit o něčem jako “Evropská televize” hlavně díky regulacím a právním úpravám vysílacího zákona. (Chalaby 2005). V každé zemi existují regulační orgány, ten nejaktivnější je čínský SAFRT. Je prodlouženou rukou státní moci a tím se politika promítá i do obsahu programů.

Druhou oblastí, kterou jsem se v teoretické části snažila popsat, je trh s licencemi televizních formátů. Je důležité chápat, co takový formát znamená a jak i kde obchod s nimi funguje. Formáty reflektují globalizaci ekonomiky v televizním průmyslu a trvalost lokálních kultur v globálně propojeném světě. To nám umožňuje adaptovat úspěšné pořady pro naši kulturu. Levnější, ale méně divácky atraktivní, řešení je vysílat zahraniční verzi. Nikdy ovšem nebude sledovanější než pořad, který se produkuje lokálně jako původní. Formáty jsou kulturně specifické ale nacionálně neutrální. Celosvětové televizní formáty vznikají nejčastěji v Británii, případně v Holandsku a v Americe. *Got Talent* vznikl v Británii a poprvé se vysílal v USA. Další země ho pak začaly přebírat a uzpůsobovat. Kupující přitom vychází z dokumentu, ve kterém je sepsáno *know-how* pořadu – z Bible. Jak odlišné kultury takovou Bibli dodržují a v čem se ve svém pojetí odklání? Když odhlédnu od pořadu *Got Talent*, dala bych příklad lokální adaptace formátu *Who Wants To Be Millionaire?*, který musel v Rusku změnit pravidla. Byla zrušena pomoc “náповěda diváků v studiu”, protože publikum opakovaně záměrně radilo špatně. Adaptují se nejen pravidla, ale třeba i dekorace:

Španělskou produkci jako první napadlo dát do vily *Big Brother* bazén; jednak na to mají počasí a jednak se soutěžící měli důvod svlékat.

Porovnání obsahu vybraných čtyř verzí pořadu *Got Talent* jsem provedla pomocí komparativní analýzy na základě předem definovaných kritérií. Analýza potvrdila, že adaptace formátů probíhá na základě lokální kultury, životního stylu a v případě Číny i vlivem politické ideologie.

Čínské verze mezinárodních reality formátů zobrazují státní přednosti, ale i přesto nebrání globalizaci, pokud jsou takové pořady žádané diváky. Zdánlivě vypadají stejně jako v jiných zemích. Ideologie se ale vměšuje do obsahu populární kultury a vzniká tak produkt “v lidové kultuře s národní nostalgií a to celé stabilizuje státní vliv a moc” (Turner, Tay 2009: 138). Rysy čínského *Got Talentu* vybočují mimo “standard” nastavený nejen třemi vybranými zeměmi: o postupujících a vítězi nerozhodují diváci, ale “media jury”; výhra je symbolická, nikoli cenná nebo finanční; byl omezen počet živých přenosů na jeden; v čínské verzi nejsou zastoupeni cizinci ani jiná rasa než asijská. Všechna tato fakta svědčí o snaze kontrolovat obsah pořadu v souladu se státní ideologií a nedávat nikomu velké množství peněz “jen tak bez práce”.

Na druhém konci jsou rysy americké verze pořadu. Z analýzy vzešlo, že při porovnání jsou tyto verze nejvíce odlišné. *America's Got Talent* dbá na pestrost vybraných čísel vzhledem k rozmanitosti talentů i rasové příslušnosti; dynamika stříhu jednotlivých vystoupení, příběhů i celého dílu je velmi rychlá; živých přenosů vysílají nejvíce – aby diváci mohli v několika stádiích rozhodovat o postupujících; výhra v Americe je nejvyšší.

Naopak jsou i kategorie, kde se Čína a USA v pojetí formátu shodují – role moderátora je menší a v učitém ohledu i role porotců, která ani v jedné verzi není dominantní a důraz se dramaturgicky klade hlavně na soutěžící.

Česká a britská verze pořadu je pak při bližším porovnání podobná. Shoduje se ve struktuře série i dílu; pestrost čísel je srovnatelná a role porotců i moderátorů také. Tyto verze obsahují to, co v Číně a Americe najdeme jen velmi málo: dělat si legraci sami ze sebe nebo z účinkujících. Jakási zlomyslnost a humor typický té či té zemi je přítomný hlavně při projevu portoců. Tyto dvě verze bych shrnula tak, že *Česko Slovensko má talent* vycházelo z *Britain's Got Talent* a snaží se mu podobat.

Vybrané čtyři verze pořadu mají i společné rysy: nasadily tento formát do vysílání v hlavním vysílacím čase; vybraly do poroty pokud možno ty nejpobulárnější osobnosti v dané zemi a tak je i zobrazovali. Všechny země stavěly pořad na příbězích – ať už to

byly emotivní lidské osudy; příběhy vztahu mezi porotci nebo takové, které propojovaly některé části epizody. A z toho plyne i poslední společný rys – soutěž vyhrál vždy někdo, kdo měl zajímavý osobní příběh. Pravidla soutěže a strukturu si každá země přizpůsobila, příběhy zůstaly základním kamenem formátu.

Summary

I focus on the television and cultural history of four selected countries in the beginning of this thesis. There are noticeable differences but popularity of television entertainment was and is similar everywhere. Its origins appear in different time periods. Television became national medium early after its start. It was both public and commercial broadcasting.

There are regulatory authorities in each country, the most active is the Chinese one called SAFRT. It is a hand of the state power and the national politics reflects into programme content.

The other part of this paper deals with market with licenses for television formats. Formats reflect economic globalization in television industry and stability of local culture in a globally connected world. This is why there is possibility to adapt shows in each specific culture.

If the television company decides to buy a format, they receive the Bible - document with know-how. Each country decides what is useful for them from the Bible and what they want to adapt due to their specific culture features. Content analyses confirmed that this format adaptation is based on local culture, lifestyle and in case of China also on political ideology.

Most remarkable differences are between American and Chinese versions of the show. In China appears „media jury“ who decides who will be winner; the prize for winner is symbolic, not cash; there are just Chinese contestants in the programme. On the other side there are all ethnicities in the America's show; more live than *auditions* shows; episode footage is the shortest in comparison with the other countries.

Czech and British shows are comparable in many respects. Similar is structure of episodes, roles of the jury and hosts, sense of humor and malignancy.

Each country customizes rules of *Got Talent* and structure of its episodes, stories remained the principle of the format internationally.

Použitá literatura

Autorská práva. 2014. "Základní pojmy." *Autorská práva* (online). (cit. 13.4.2014). Dostupné z: http://www.autorskaprava.cz/autorska_prava.htm.

Batty, D. 2008. "Media face web censorship at Beijing Olympics." *The Guardian* (online). (cit. 12.4.2014). Dostupné z: <http://www.theguardian.com/world/2008/jul/30/china.olympicgames2008>.

BBC News. 2005. "X Factor copyright case settled." *BBC News* (online). (cit. 20.3.2014). Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4482216.stm>.

BBC. 2014a. "Where Next." *BBC* (online). (cit. 25.3.2014). Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/wherenext/index.shtml#26>.

BBC. 2014b. "Where Next." *BBC* (online). (cit. 25.3.2014). Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/wherenext/index.shtml#36>.

Bignell, J. 2008. *An introduction to television studies. 3rd ed.* New York: Routledge.

Bloomfield, A. 2013. "6 Shocking Things Censored by the Chinese Government." *PolicyMic* (online). (cit. 12.4.2014). Dostupné z: <http://www.policymic.com/articles/47013/6-shocking-things-censored-by-the-chinese-government>.

Broadcast. 1999. "Celador attacks 'rip off' of Millionaire by Danes." *Broadcast* (online). Cit. (20.3.2014). Dostupné z: <http://www.broadcastnow.co.uk/celador-attacks-rip-off-of-millionaire-by-danes/1214544.article>.

CBS. 2014. "CBS Shows." *CBS* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.cbs.com>.

Cooper, M. 2012. "Census Officials, Citing Increasing Diversity, Say U.S. Will Be a 'Plurality Nation'." *The New York Times* (online). (cit. 15.4.2014). Dostupné z: http://www.nytimes.com/2012/12/13/us/us-will-have-no-ethnic-majority-census-finds.html?action=click&module=Search®ion=searchResults&mabReward=cserbias%253As&url=http%253A%252F%252Fquery.nytimes.com%252Fsearch%252Fsitesearch%252F%253Faction%253Dclick%2526region%253DMasthead%252&_r=1&.

Cohen, J., N. Solomon. 1994. "Announcing the P.U.-litzer Prizes for 1994." *Fairness and Accuracy In Reporting* (online). (cit. 26.3.2014). Dostupné z: <http://fair.org/media-beat-column/announcing-the-p-u-litzer-prizes-for-1994/>.

Curl9x. 2012. "Talent Show Story - Episode 4 Part 3." *Youtube* (online). (cit. 20.3.2014). Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=B0vMGoUnYW0>.

CW. 2014. "About the CW." *CWTV* (online). (cit 7.4.2014). Dostupné z: <http://www.cwtv.com/thecw/about-the-cw>.

Česká televize. "Prehistorie." *Česká televize* (online). (cit. 30.3.2014). Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/prehistorie/>.

Česká televize. "Televizní programy". *Česká televize* (online). (cit. 30.3.2014). Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-programy/>.

Demick, B. 2009. "Chinese media censor Obama's inaugural speech." *Los Angeles Times* (online). (cit. 12.4.2014). Dostupné z: <http://articles.latimes.com/2009/jan/22/world/fg-china-censor22>.

Digicinema. A. 2014. "First trailer of 'Pudsey the Movie' released." *GMA News* (online). (cit. 27.4.2014). Dostupné z: <http://www.gmanetwork.com/news/story/345517/cbb/first-trailer-of-pudsey-the-movie-released>.

Digital Spy. 2014. "Soaps Ratings Roundups." *Digital Spy* (online). (cit. 25.3.2014). Dostupné z: <http://www.digitalspy.co.uk/soaps/soapratings/#~oDt9jD64WBXTHu>.

DeVolld, T. 2011. *An insider's guide to TV's hottest market: Reality TV*. Studio City: McNaughton and Gunn.

Editors of Encyclopaedia Britannica. 2014. "Fox Broadcasting Company." *Britannica* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/215396/Fox-Broadcasting-Company>.

Erickson, L.H. 2014a. "CBS Corporation." *Britannica* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/100876/CBS-Corporation>.

Erickson, L.H. 2014b. "America Broadcasting Company (ABC)." *Britannica* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/19375/American-Broadcasting-Company-ABC>.

Eyeworks. 2014. "I Know What You Did... Last Friday." *Eyeworks* (online). (cit. 12.4.2014). Dostupné z: http://www.eyeworks.tv/catalogue/catalogue_item/t/i_know_what_you_did_last_friday.

Fiske, J. 1987. *Television Culture*. London: Routledge.

Fox. 2014. "Fox 2013 – 2014 Schedule." *Fox* (online). (cit. 7.4.2014). Dostupné z: <http://www.fox.com/programming>.

Fletcher, O. 2010. "Illegal Satellite TV in China Brings CNN to the Masses." *PC World* (online). (cit. 26.3.2014). Dostupné z: <http://www.pcworld.com/article/194755/article.html>.

Frapa. 2014. "About." *Frapa* (online). (cit. 13.4.2014). Dostupné z: <http://www.frapa.org>.

Hilton, R. 2014. "Protecting Television Formats." *International Format Lawyer Association* (online). (cit: 13.4.2014). Dostupné z: <http://www.ifla.tv/uk-rah-protectingrights.html>.

Historical Television Website. 2014. "ITV: A (Very) Brief History." *Television Historical Website* (online). (cit. 25.3.2014). Dostupné z: <http://www.htw.info/broadcasters/itv.html>.

Chalaby, J. 2005. *Transnational television worldwide: towards a new media order* [online]. London: I.B. Tauris.

Chua, H. B. 2012. "The Regionalization of Television in China." *Chinese Journal of Communication* 5(1): 18.

ITV. 2014. "About ITV." *ITV* (online). (cit 26.3.2014). Dostupné z: Zdroj: <http://www.itvplc.com/about/history>.

Jiráček, J., B. Köpplová. 2003. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 1. Praha: Portál

Jiráček, J., B. Köpplová. 2009. *Masová média*. Praha: Portál.

Keshet International. 2014. "Rising Star." *Keshet International* (online). (cit: 20.3.2014). Dostupné z: <http://www.keshetinternational.com/#!/catalogue/c1vw1>.

Končelík, J., P. Večera, P. Orság. 2010. *Dějiny českých médií 20. století*. Vyd. 1. Praha: Portál.

Kondolojy, A. 2014. "Summer's Number One Reality Series 'America's Got Talent' Returns to Radio City Music Hall Beginning July 29." *TV by the Numbers* (online). (cit. 10.4.2014). Dostupné z: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/2014/04/08/summers-number-one-reality-series-americas-got-talent-returns-to-radio-city-music-hall-beginning-july-29/252413/>.

NBC. 2014a. "NBC in Timeline: Key dates in its history." *NBC News* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: http://www.nbcnews.com/id/33994343/ns/business-us_business/t/nbc-timeline-key-dates-its-history.

NBC. 2014b. "Schedule." *NBC* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.nbc.com/schedule>.

McDonald, J. 2006. "China Bans 'Simpsons' From Prime-Time TV." *Washington Post* (online). (cit. 10.4. 2014). Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/08/13/AR2006081300242.html>.

Ouellette, L. S. Murray. 2004. *Reality TV: remaking television culture*. New York: New York University Press.

Paulsen, W. 2004. "Dutch courts rule that "Big Brother" does not steal from "Survivor"." *Reality TV World* (online). (cit. 8.4.2014). Dostupné z: <http://www.realitytvworld.com/news/dutch-courts-rule-that-big-brother-does-not-steal-from-survivor-2533.php>

PBS. 2014. "About PBS." *PBS* (online). (cit 7.4.2014). Dostupné z: <http://www.pbs.org/about>.

Plesl, J. 2012. "Železný postavil tiskárnu na peníze, které ho zničily. Nova má zlatá léta za sebou." *Ihned* (online). (cit. 1.4.2014). dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-54567970-zelezny-postavil-tiskarnu-na-penize-ktere-ho-znicily-nova-ma-zlata-leta-za-sebou>.

Polák, L. 2009. "Vím, cos děla v pátek na Primě přerušeno." *Digizone* (online). (cit: 12.4.2014). Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/vim-cos-delal-v-patek-na-prime-preruseno>.

Potůček, J. 2010. "Sledovanost talentových show na Nově a Primě." *Digizone*. (cit: 25.3.2014). Dostupné z: <http://www.digizone.cz/texty/sledovanost-talentovych-show-na-nove-a-prime>.

Potůček, J. 2013. Talent v neděli porazil ČT 1, na Doktory z Počátků ale nestačil. I sobotu vyhrála Nova. *Digizone* (online). (cit: 20.4.2014). Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/talent-v-nedeli-porazil-ct-1-na-doktory-z-pocatku-ale-nestacil-i-sobotu-vyhrala-nova>.

Prima. "Historie psolečnosti". *Prima* (online). (cit. 1.4.2014). Dostupné z: <http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti>.

Love, R. 2011. "'The Voice UK' winner will sign record deal with Universal." *Digital Spy* (online). (cit: 15.4.2014). Dostupné z: <http://www.digitalspy.co.uk/tv/s154/the-voice-uk/news/a340200/the-voice-uk-winner-will-sign-record-deal-with-universal.html#~oD7QIG81v01hkX>.

McQuail, D. 2007. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.

Moran, A., J. Malbon. 2006. *Understanding the global TV format* [online]. Bristol, UK: Intellect Books.

Moran, A. 2009. *TV formats worldwide: localising global programs* [online]. Bristol: Intellect Books.

Moran, A. 2013. "Global Television Formats: Genesis and Growth." *Critical Studies in Television* 8 (2).

Silverman, D. 2005. *Ako robiť kvalitatívny výskum*. Bratislava: Ikar.

Srstka, J. 2014. "Úschova díla." *Dilia* (online). (cit.: 13.4.2014). Dostupné z: <http://www.dilia.cz/index.php/component/k2/item/8426-uschova-dila>.

Turner, G., J. Tay. 2009. *Television studies after TV: understanding television in the post-broadcast era*. London: Routledge.

Turnstall, J. 2008. *The Media Were American: The US Mass Media in Decline*. Oxford: Oxford University.

Verisona Law. 2013. "TV Format Rights: The Harsh Reality." *Verisona Law* (online). (cit: 13.4.2014). Dostupné z: <http://www.verisonalaw.com/articles/tv-format-rights-harsh-reality>.

Waisbord, S. 2004. McTV: "Understanding the Global Popularity of Television Formats." *Television nad New Media* (5) 4: 359 – 383.

Wanning, S. 2013. "Scaling Lifestyle in China: The Emergence of Local Television and the Cultural Economy of Place-Making." *Media International Australia* (147).

White, P. 2013a. "China To Limit International Formats." *Broadcast* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.broadcastnow.co.uk/news/international/china-to-limit-international-formats/5062703.article>.

White, P. 2013b. "China To Limit International Formats." *Broadcast* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.broadcastnow.co.uk/news/indies/china-limits-foreign-formats/5062805.article>.

White, P. 2013c. "Don't Panic About China Rules". *Broadcast* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www.broadcastnow.co.uk/comment/dont-panic-about-china-rules/5063076.article>.

Wikipedia Contributors. 2014. "Britain 's Got Talent (series 1)." *Wikipedia* (online). (Cit: 25.3.2014). Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Britain%27s_Got_Talent_\(series_1\)&oldid=606920135](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Britain%27s_Got_Talent_(series_1)&oldid=606920135).

Witing, J. 2010. *Major Competitive Reality Shows: America's Got Talent*. Philadelphia: Mason Crest Publishers

Wild, L. 2014. "Television in the US: Hisotry and Production." *Nordthern.edu* (online). (cit. 5.4.2014). Dostupné z: <http://www3.northern.edu/wild/th100/tv.htm>.

Zhu, Y., Ch. Berry. 2009. *TV China* (online). Bloomington: Indiana University Press.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Struktura 9. dílu, 6. série pořadu America's Got Talent (tabulka)

Příloha č. 2: Struktura 3. dílu, 6. série pořadu Britain's Got Talent (tabulka)

Příloha č. 3: Struktura 2. dílu, 2. série pořadu Česko Slovensko má talent (tabulka)

Příloha č. 4: Struktura 1. dílu, 5. série pořadu China's Got Talent (tabulka)

Příloha č. 5: Global Got Talent Success (mapa)

Příloha č. 6: Vývoj sledovanosti America's Got Talent (graf)

Příloha č. 7: Vývoj sledovanosti Britain's Got Talent (graf)

Příloha č. 8: Vývoj sledovanosti Česko Slovensko má talent (graf)

Příloha č. 9: Vývoj sledovanosti China's Got Talent (graf)

Příloha č. 10: Vývoj sledovanosti Česko Slovensko má talent, 1. série (graf)