

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Žurnalistiky

**Vybrané late night shows jako zdroj informací a jejich
konvergence s žurnalistickými postupy**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Václav Pecháček

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Václav Moravec, Ph.D., Ph.D.

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil 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 6. ledna 2020

Václav Pecháček

Bibliografický záznam

PECHÁČEK, Václav. *Vybrané late night shows jako zdroj informací a jejich konvergence s žurnalistickými postupy*. Praha, 2020. 152 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D., Ph.D.

Rozsah práce: 265 127 znaků

Anotace

Diplomová práce se zaměřuje na vztah pořadů typu late night show, specifického druhu talk show oblíbeného především ve Spojených státech amerických, a žurnalistiky. Popisuje historii i současnost těchto pořadů včetně jejich funkce jako důležitého zdroje informací pro americké publikum. Dále objasňuje vliv satiry a infotainmentu v americkém mediálním prostředí a definuje některé nejdůležitější novinářské postupy a žánry. Věnuje se i konceptům investigativní, vysvětlovací a konstruktivní žurnalistiky. Práce v další části zkoumá, za využití prvků kvantitativní i kvalitativní analýzy, tři pořady typu late night show: *Last Week Tonight with John Oliver*, *The Daily Show with Trevor Noah* a *The Late Show with Stephen Colbert*. Práce ve třech případových studiích zjišťuje, jaké postupy a žánry tyto pořady využívají, jakým způsobem svým divákům předávají informace a jakého druhu jsou informace, které jsou takto předávány. Práce také přiřazuje jednotlivé pořady k zastřešujícím žurnalistickým formám, pakliže je to možné. Následně dochází ke komparaci jednotlivých pořadů a stanovení míry konvergence s žurnalistickou praxí, kterou jednotlivé pořady vykazují. V závěru práce naznačuje možnosti budoucího výzkumu fenoménu late night show a jeho konvergence s žurnalistickým polem v českém mediálním prostředí.

Annotation

This master's thesis focuses on the relationship between late night shows, a specific type of talk show popular mainly in the United States of America, and journalism. It describes the history and the present of these shows, including their function as an important information source for the American public. The thesis then clarifies the influence of satire and infotainment in the American media landscape and defines some of the most important journalistic methods and genres. It deals with the concepts of investigative, explainer and constructive journalism. The thesis then examines, using both qualitative and quantitative analysis, three late night shows:

Last Week Tonight with John Oliver, The Daily Show with Trevor Noah and The Late Show with Stephen Colbert. In these three case studies, methods and genres used by these shows are examined, and it is shown how they deliver information to the viewer and what kind of information it is. The thesis also, if possible, assigns each of the shows to the overarching concepts. Finally, the shows are compared, and the thesis determines the rate of their convergence with journalistic practice. In the last part, the thesis deals with the possibilities of future research of late night shows and their convergence with the field of journalism in the Czech media landscape.

Klíčová slova

Infotainment, konvergence, late night show, satira, talk show, televize

Keywords

Convergence, infotainment, late night show, satire, talk show, television

Title

Selected Late Night Shows As a Source of Information and Their Convergence With Journalistic Practice

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu této práce, PhDr. Václavu Moravcovi, Ph.D., Ph.D., za jeho trpělivost a dobré rady přesně ve chvílích, kdy byly potřeba. Dále děkuji Mgr. Adéle Provazníkové za emocionální i intelektuální podporu. Jsem také vděčný své rodině, bez níž by moje studium nebylo možné.

Obsah

Úvod.....	3
1 Co je late night show? Historie a definice.....	6
1.1 Late night show jako mediální formát	6
1.2 Late night show jako zdroj informací	9
1.3 Kredibilita late night show jako zdroje informací	11
2 Infotainment a satira v americké mediální krajině	15
2.1 Infotainment	15
2.2 Satira.....	17
2.3 Americká mediální krajina v kontextu politické satiry a infotainmentu	18
3 Žurnalistika v tekutých časech	21
3.1 Kdo je novinář?	21
3.2 Žurnalistická konvergence.....	24
3.3 Tekuté časy a změna ve vnímání audiovizuálních médií.....	25
4 Novinářské formy, postupy a žánry spjaté s pořady typu late night show	28
4.1 Novinářské postupy	28
4.1.1 Rešerše	28
4.2 Novinářské žánry	29
4.2.1 Televizní zpráva & headline	29
4.2.2 Reportáž.....	29
4.2.3 Novinářské interview	30
4.2.4 Komentář (tematický monolog).....	31
4.3 Žurnalistické formy	33
4.3.1 Investigativní žurnalistika	33
4.3.2 Vysvětlovací žurnalistika.....	36
4.3.3 Konstruktivní žurnalistika.....	38
5 Metodologie práce.....	41
5.1 Výzkumné otázky a hypotézy.....	43
5.1.1 Novinářské postupy	43
5.1.2 Novinářské žánry	45
5.1.3 Novinářské formy	48
5.1.4 Závěrečná hypotéza	50
6 Případové studie.....	52
6.1 Last Week Tonight with John Oliver.....	52
6.1.1 Struktura pořadu	52
6.1.2 Humor a infotainment v <i>Last Week Tonight</i>	53
6.1.3 Použití žurnalistických postupů	55
6.1.4 Novinářské žánry	60
6.1.5 Žurnalistické formy.....	65
6.1.6 Shrnutí.....	76
6.2 The Daily Show with Trevor Noah	78
6.2.1 Struktura pořadu	78

6. 2. 2	Humor a infotainment v <i>The Daily Show</i>	80
6. 2. 3	Použití žurnalistických postupů	81
6. 2. 4	Novinářské žánry	84
6. 2. 5	Novinářské formy	95
6. 2. 6	Shrnutí.....	99
6. 3	The Late Show with Stephen Colbert	100
6. 3. 1	Struktura pořadu	100
6. 3. 2	Humor a infotainment v <i>The Late Show</i>	102
6. 3. 3	Použití žurnalistických postupů	103
6. 3. 4	Novinářské žánry	106
6. 3. 5	Novinářské formy	114
6. 3. 6	Shrnutí.....	116
7	Výsledky zkoumání.....	117
	Závěr	128
	Summary	131
	Literatura.....	133
	Obrazová příloha.....	147

Úvod

Na otázku, zda se jeho večerní show *Last Week Tonight* dá zařadit do oblasti investigativní žurnalistiky, odpověděl ve Spojených státech působící britský komik John Oliver jednoznačně: „*Ne. To je jednoduchá odpověď na tuto otázku. Ne, nedá. Ne, jsme komediální pořad a všechno, co děláme, děláme kvůli komedii. (...) Když lidé říkají: ‚Tohle je žurnalistika!‘, ptám se sám sebe, jestli nejsem strašně špatný komik.*“¹

Navzdory Oliverově intenzivní obraně se jedná o otázku zcela namístě. Podle Pew Research Center 34 % respondentů ve věku mezi 18 a 29 lety získávalo v roce 2016 informace o nadcházející prezidentské volbě mimo jiné i z pořadů formátu late night show a za svůj nejužitečnější zdroj informací je označilo stejné procento lidí jako v případě tištěných novin.²

Jsou to čísla, která naznačují, že ačkoliv se sami tvůrci jako Oliver nutně za novináře považovat nemusí, pro mnohé diváky se stávají jejich adekvátní náhradou. A nesouhlas s Oliverovým postojem vyjadřují i profesionální novináři. James Poniewozik z magazínu *Time* napsal: „*Zprávy a non-fikce jsou dnes už mnohem víc než jen reportáže kdo-co-kde-kdy-proč. Jedním z nejrychleji rostoucích oborů je ‚explainer journalism‘ – analyzování dat a provádění publika skrz komplexní problémy, často s určitým úhlem pohledu, jako to dělají Vox a FiveThirtyEight.*“

„To je žurnalistika; analýza zpráv je žurnalistika, úvodník je žurnalistika. Pokud vůbec nějaký, tak hlavní rozdíl mezi nimi a tím, co dělá Oliver, je to, že on je zábavný, takže když stráví patnáct minut vysvětlováním důležitosti síťové neutrality, lidé doopravdy dávají pozor, a dokonce kvůli tomu i jednájí. Pokud to na základě toho není žurnalistika, pak je to žurnalistika,

¹ Is John Oliver's Show Journalism? He Says The Answer Is Simple: 'No'. *NPR* [online]. 12. 2. 2012 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.npr.org/2016/02/12/466569047/is-john-olivers-show-journalism-he-says-the-answer-is-simple-no>

² The 2016 Presidential Campaign – a News Event That's Hard to Miss [online]. 2016 [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <http://www.journalism.org/2016/02/04/the-2016-presidential-campaign-a-news-event-thats-hard-to-miss>

kdo má problém.“³

Poniewozik není jediný; se stejným názorem a doplňujícími argumenty přišel i *Daily Beast* („*Last Week Tonight*‘ *Does Real Journalism, No Matter What John Oliver Says*“)⁴ nebo Associated Press („*Oliver Adds Journalism To His Comedy*“)⁵. Oliverův mentor Jon Stewart, dlouholetý moderátor pořadu *The Daily Show*, dodal: „*Je to vážně zajímavá konvergence.*“⁶

Tato práce bere uvedenou diskuzi jako východisko pro zhodnocení postavení žánru late night show vzhledem k žurnalistice. Jejich vzájemný vztah bude zkoumán jak teoreticky, tak prakticky. Práce nejprve uvede základní historický rámec vzniku žánru amerických late night show, následně vysvětlí jeho charakteristiky a shrne charakter americké mediální krajiny s jejím důrazem na satiru a zábavné pořady. Na základě prozkoumání nejčastějších žurnalistických postupů uváděných v odborné literatuře a několika zastřešujících novinářských forem, které s late night show mohou vykazovat spojitost, se ve třech případových studiích bude věnovat konvergenci těchto komediálních pořadů a tradiční žurnalistiky. Kromě již zmiňovaných *Last Week Tonight* a *The Daily Show* konkrétně prozkoumá ještě *The Late Show*, jejímž moderátorem je Stephen Colbert.

Tato práce prozkoumává úzkou otázku, jak probíhá konvergence late night show a žurnalistiky a do jaké míry je vhodné a relevantní o takové konvergenci hovořit. Kromě toho práce také poukazuje na proměňující se mediální krajinu, konkrétní momenty, v nichž se transformuje nejen konzumace žurnalistiky, ale i zábavy a vstřebávání informací jako takového, a mechanismy těchto změn.

³ PONIEWOZIK, James. Unfortunately, John Oliver, You Are a Journalist. *Time* [online]. 2014, N.PAG [cit. 2017-05-22]. Dostupné z: <https://time.com/3589285/unfortunately-john-oliver-you-are-a-journalist/>

⁴ SUEBSAENG, Asawin. "Last Week Tonight" Does Real Journalism, No Matter What John Oliver Says. *The Daily Beast* [online]. [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <https://www.thedailybeast.com/last-week-tonight-does-real-journalism-no-matter-what-john-oliver-says>

⁵ BAUDER, David. Oliver adds journalism to his comedy. *Associated Press* [online]. [cit. 2018-03-06].

Dostupné z: <https://apnews.com/ea1d53d73d0e4a199b65d19181660e9e/oliver-adds-journalism-his-comedy>

⁶ Tamtéž.

Podle původního záměru magisterské práce obsaženého v tezích se práce měla zabývat také podobami late night show v českém mediálním prostředí, a to v samostatné kapitole. Materie pro analýzu a komparaci vybraných amerických late night show se však ukázala být příliš rozsáhlá, stejně jako zpracované výsledky této analýzy a komparace. Další samostatná kapitola o českém prostředí by již v rámci práce působila nadbytečně. České prostředí je nicméně zmíněno v závěru práce, v kontextu možného budoucího výzkumu tématu late night show.

1 Co je late night show? Historie a definice

1.1 Late night show jako mediální formát

Late night show, případně late night talk show, je primárně americkým mediálním formátem, jenž lze do určité míry přirovnat ke klasické talk show, jakou zná české mediální prostředí: moderátor provádí publikum humornou formou aktuálními událostmi a hovoří s hosty, většinou přímo před živým publikem.

Formát late night show je definován Bernardem M. Timbergem, americkým mediálním expertem a profesorem na Virginia Tech University, v knize *Television Talk: A History of the TV Talk Show* právě jakožto subžánr obecnějšího formátu talk show. První asociací, která při zmínce o talk show pravděpodobně napadne běžného diváka v českém mediálním prostředí, je rozhovor s několika hosty. Tím nejzákladnějším pravidlem talk show je ovšem především její silná závislost na osobě moderátora, případně týmu moderátorů, který je zodpovědný za „*tón a směřování*“ programu.⁷

Extrémní důležitost moderátora v late night show je podle Timberga patrná nejen po produkční stránce, ale i po té marketingové – „*moderátor je značka*“, pomocí níž je produkt servírován zákazníkům.⁸ To je ostatně patrné z názvů jednotlivých pořadů, které zpravidla přímo obsahují jméno moderátora. Přitom moderátor není jediným producentem obsahu a v případě late night show za ním často stojí celý tým scenáristů.

Druhým důležitým pravidlem je udržování iluze přímého přenosu, i když pořad zrovna není v přímém přenosu přímo vysílán. Jak shrnuje Timberg: „*Diváci znovu prožívají moment v přítomném čase, i když dotyčné události – novinky, katastrofy, sportovní události, volby – už jsou jednoznačně neaktuální.*“⁹

⁷ TIMBERG, Bernard a Bob ERLER. *Television talk: a history of the TV talk show*. Austin: University of Texas Press, 2002. ISBN 02-927-8176-8, s. 3.

⁸ Tamtéž.

⁹ TIMBERG, Bernard a Bob ERLER. *Television talk: a history of the TV talk show*, s. 4.

Timberg uvádí ještě dvě základní zákonitosti, jimž se žánr talk show podřizuje a které úzce souvisejí s povahou amerického mediálního prostředí. Zaprvé: Talk show je produkt, který se nutně utká o pozornost s ostatními zábavními produkty na trhu, od čehož se odvíjí silná komercializace obsahu. Na tento fakt se váže další pravidlo. To říká, že ačkoli talk show musí vypadat spontánně, všechno je ve skutečnosti pečlivě připraveno tak, aby docházelo k minimu improvizace. Otázky jsou nachystané a připravené; Timberg jako příklad uvádí pořad *Late Night with David Letterman* na televizi NBC, kde bývalo v 80. letech dopředu naplánováno i 80 procent celého interview.¹⁰

Podle Timberga je možné v rámci zastřešujícího žánru talk show, jehož základní charakteristiky byly uvedeny, rozlišit tři hlavní subžánry. Subžánr „Early-Morning News Talk Magazine Show“¹¹ je zaměřený na ranní vysílání, „Daytime Audience Participation Show“¹², jejímž průkopníkem byl Phil Donahue, se snaží využít interakci hosta přímo s diváky, a to během dne. Pro tuto práci je klíčový třetí, nejpoblárnější subžánr, „Late Night Entertainment Talk Show“^{13, 14}.

Tento formát je v dnešním americkém mediálním prostoru všudypřítomný. Velké televizní stanice se dokonce neomezují na jeden vlajkový pořad, ale mají jich v portfoliu hned několik. HBO například kromě pořadu Johna Olivera vysílá i *Real Time with Bill Maher*¹⁵, na NBC si diváci mohou pustit *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*¹⁶, *Late Night with Seth Meyers*¹⁷ nebo *Last Call with Carson Daly*¹⁸. *Comedy Central* nabízí čtyři pořady tohoto formátu včetně

¹⁰ TIMBERG, Bernard a Bob ERLER. *Television talk: a history of the TV talk show*, s. 5.

¹¹ „Magazínová talk show o ranních novinkách“

¹² „Denní talk show za účasti publika“

¹³ „Večerní zábavní talk show“

¹⁴ TIMBERG, Bernard a Bob ERLER. *Television talk: a history of the TV talk show*, s. 7.

¹⁵ *Real Time with Bill Maher* [online]. HBO [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.hbo.com/real-time-with-bill-maher>

¹⁶ *The Tonight Show*. NBC [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.nbc.com/the-tonight-show>

¹⁷ *Late Night with Seth Meyers*. NBC [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.nbc.com/late-night-with-seth-meyers>

¹⁸ *Last Call with Carson Daly*. NBC [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.nbc.com/last-call-with-carson-daly>

pro tuto práci důležité *The Daily Show with Trevor Noah*¹⁹.

Podle Timberga lze tento formát popsat jako následující typickou situaci: „Hvězdný moderátor si povídá s jedním hostem, přičemž další hosté mohou sedět poblíž.“ Onen moderátor je často „zpěvák nebo komik“.²⁰

Novinářka a mediální analytička Ellen Humeová ve své esejí *Talk Show Culture* na rozdíl od Timberga tvrdí, že hosté sice ve studiu late night show mohou být přítomní, ale také nemusí. Větší důraz klade na „vkládání otázek nebo komentářů publika do programu“ jako charakteristický rys tohoto žánru.²¹ Podle jedné definice tedy hosté musí být ve studiu fyzicky přítomní, podle druhé stačí zprostředkovaná interakce pomocí vložených dotazů.

Ve všech jmenovaných příkladech pořadů žánru late night show platí, že moderátoři věnují velkou část svého pořadu komentáři aktuálních událostí či dlouhodobých společenských problémů, buď za použití materiálů nashromážděných tradičními zpravodajskými médii, nebo přímo skrze vlastní výzkum a reportáže.

Jak bude vidět na ukázkách jednotlivých late night show v případových studiích, definice uvedené výše nemohou úplně přesně postihnout konkrétní zákonitosti, specifika a zvláštnosti, jimiž se vykazují jednotlivé vybrané pořady. Například *Last Week Tonight* se příliš nezabývá interakcí s hosty, ovšem nesplňuje ani podmínky Humeové, protože John Oliver se ve svém pořadu nezabývá otázkami publika. I tak se ovšem jednoznačně jedná o late night show kvůli silné osobnosti (dalo by se říct až „značce“) moderátora, důrazu na současná témata a komediálnímu charakteru.

Geoffrey Baym, píšící o pořadu *The Daily Show*, pozoruje dvojitý způsob, jakým se tento pořad

¹⁹ *The Daily Show with Trevor Noah*. Comedy Central [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <http://www.cc.com/shows/the-daily-show-with-trevor-noah>

²⁰ TIMBERG, Bernard a Bob ERLER. *Television talk: a history of the TV talk show*, s. 7.

²¹ HUME, Ellen. *Talk Show Culture*. *Ellen Hume* [online]. [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: <https://ellenhume.com/talk-show-culture/>

prezentuje: na jednu stranu jako seriózní zpravodajský pořad, jehož úvodní znělka evokuje zpravodajské segmenty velkých mediálních organizací, na stranu druhou jako komediální útvar s aplaudujícím živým publikem: „*Programem se od samého počátku prolínají dvě úrovně diskurzu, které se zakládají ve stejné míře na tradici autoritativních večerních zpráv a zábavné talk show.*“²²

Je tak vhodnější dívat se na zde popsaný formát late night show nikoli jako na rigidní útvar podléhající přísně daným pravidlům, ale spíš jako na relativně volnou formu, která se může proměňovat pořad od pořadu a moderátor od moderátora. O tom ostatně svědčí i skutečnost, že zatímco americké late night show jsou tradičně vysílány denně, pořad *Last Week Tonight* je vysílán pouze jednou každý týden.

1. 2 Late night show jako zdroj informací

Z průzkumu Pew Research Center citovaného na počátku jasně vyplývá, že late night show zastávají pozici významného zdroje informací pro širokou veřejnost. Nejde o zcela nový fenomén, o čemž svědčí popis volební kampaně k americkým prezidentským volbám v roce 1992. V těchto volbách se střetli George H. W. Bush, Ross Perot a Bill Clinton, který je mnohdy nazýván „*prvním talk show prezidentem*“.²³

Humeová tento moment charakterizuje následovně: „Přes jejich snahu držet krok s populární kulturou v roce 1992 už profesionální novináři nesloužili jako gatekeepři národního politického diskurzu. Existovalo příliš mnoho nových výstupů na kabelové televizi a v rozhlasě lákajících politiky ze starého novinářského sektoru. Talk show se konečně osamostatnily; už nemohly být přehlíženy coby důležitý politický zdroj. Mandy Grunwaldová, Clintonova poradkyně, řekla, že [Clinton] během kampaně navštěvoval zábavní talk show, protože lidé z

²² BAYM, Geoffrey. The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication*. 2005, 22(3), 259-276. DOI: 10.1080/10584600591006492. ISSN 1058-4609. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492>, s. 262

²³ TIMBERG, Bernard a Bob ERLER. *Television talk: a history of the TV talk show*, s. 193

nich získávají informace.“²⁴

Podobný názor na časové zasazení vzestupu late night show coby zdroje (především politických) informací zastává Jeffrey P. Jones, mediální expert a profesor na University of Georgia, podle nějž televizní stanice „*desítky let zachovávaly umělé rozdělení politiky a populární kultury*“. Situace se začala měnit právě s prezidentskou kampaní v roce 1992, při níž se kandidáti často účastnili programů, které by v minulosti působily zcela nevhodně. Přestože následovala ostrá kritika směřující na „entertainmentizaci“ politiky, tento trend pokračoval.²⁵

Podle mediálního výzkumníka Russella Leslieho Petersona late night show sice mohou „*vzbuzovat apatii*“ a může kvůli nim „*zhlounnout diskurz*“, ale zároveň mají i pozitivní efekt na mediální krajinu: „*Přidávají své vlastní rozměry k interpretacím současných událostí a některé z nich vylučují.*“²⁶ Peterson to demonstruje na příkladu události v roce 2006, kdy mělo být několik amerických přístavů Bushovou administrativou předáno pod správu vlády Spojených arabských emirátů. Zatímco seriózní novinář CNN Anderson Cooper debatoval s republikánským kongresmanem, který si nemohl dovolit příliš silně vystupovat proti prezidentovi své vlastní strany, David Letterman a Stephen Colbert celou záležitost ve svých pořadech vysvětlili srozumitelněji, i když povrchněji, pomocí absurdního humoru.²⁷

Lauren Feldmanová a Dannagal Youngová píšou, že late night show zastávají ještě jednu zásadní funkci kromě samotného informování publika a vysvětlování aktuální problematiky: vzbuzují větší zájem v běžné zpravodajství. Diváci musí být informováni, aby pochopili humornou nadstavbu, což je motivuje se na zprávy podívat předtím, než sledují late night show, případně se na zprávy podívají poté, aby pochopili některé souvislosti, které jim předtím

²⁴ HUME, Ellen. *Talk Show Culture*.

²⁵ JONES, Jeffrey P. *Entertaining politics: satiric television and political engagement*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2010. ISBN 9780742565272, s. 17.

²⁶ PETERSON, Russell Leslie. *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke* [online]. New Brunswick: Rutgers University Press, 2008 [cit. 2020-01-02]. ISBN 978-081-3542-843, s. 3.

²⁷ PETERSON, Russell Leslie. *Strange bedfellows*, s. 4.

unikly.²⁸

Feldmanová v jiné studii demonstruje vzrůstající vliv late night show coby samostatného zdroje informací na příkladu prezidentských voleb v USA roku 2004. Tehdy pořad *The Daily Show* navštívilo všech devět kandidátů na prezidenta z Demokratické strany a kandidát John Edwards tento pořad využil k prvnímu oznámení své kandidatury. *The Daily Show* je dle Feldmanové „čím dál tím vážněji považována za zdroj informací.“²⁹

1.3 Kredibilita late night show jako zdroje informací

Philip Stamato v článku *The Credibility of Late Night Comedy* na serveru *Vulture*, který se zabývá americkou populární kulturou, přichází s názorem, že za zvýšenou kredibilitu late night show coby zdroje informací je do velké míry zodpovědný Jon Stewart. Ten v roce 1999 nahradil Craiga Kilborna v křesle *The Daily Show* a změnil její pozici v americké mediální krajině velmi efektivním způsobem – prolnutím kvalitního humoru a poctivě nalezených a ověřených informací: „*Donedávna, když se střetla late night comedy a zprávy, výsledkem bylo něco příliš triviálního. (...) Ale nyní, nehledě na to, jestli své informace berete přímo z late night comedy show, jde každopádně o jeden z informačních kanálů, které vytvářejí nejdéletrvající dojem. (...) Se vzestupem The Daily Show začalo být jasné, že Američané jsou unavení standardními zpravodajskými médii. Tehdy i teď mají zprávy tendenci být přehnaně dramatické a teatrální. Mnohé z nich dokonce jednoznačně využívají strachu diváků. Jon Stewart nabídl Američanům možnost sledovat zprávy bez toho, aby to vedlo k malým záchvatům paniky, a v atmosféře hned po 11. září bylo povzbudivé moci se zprávám smát.*“³⁰

²⁸ FELDMAN, Lauren a Dannagal Goldthwaite YOUNG. Late-Night Comedy as a Gateway to Traditional News: An Analysis of Time Trends in News Attention Among Late-Night Comedy Viewers During the 2004 Presidential Primaries. *Political Communication*. 2008, **25**(4), 401-422. DOI: 10.1080/10584600802427013. ISSN 1058-4609. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600802427013>, s. 403

²⁹ FELDMAN, Lauren. *The news about comedy* [online]. 2016, **8**(4), 406-427 [cit. 2020-01-05]. DOI: 10.1177/1464884907078655. ISSN 1464-8849. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884907078655>, s. 410

³⁰ STAMATO, Philip. The Credibility of Late Night Comedy. *Vulture* [online]. 2017 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.vulture.com/2017/06/the-credibility-of-late-night-comedy.html>

Explicitní zaměření na humor neznamena, že daná late night show, v tomto případě produkovaná Jonem Stewartem a jeho týmem, zkrátka převzala mediální obsah a převedla ho do komediální podoby. O nezávislé práci tvůrčího týmu late night show svědčí i skutečnost, že v pořadech tohoto typu se stala téměř nepostradatelnou pozice kontrolora faktů. Úkolem takového zaměstnance je zajistit, že se v pořadu v žádném případě, ani při použití čistě pro komediální účely, neobjeví falešná či zavádějící informace, a to ani v případě, že je zpráva převzatá z mainstreamových médií. V *The Daily Show* takovou pozici například dlouhá léta zastával vrchní producent Adam Chodikoff, který na Světovém summitu kontrolování faktů (Global Fact-Checking Summit) v roce 2015 důležitost své práce charakterizoval slovy: „*Bez credibility vtipy nic neznamena*.“³¹

Pro late night show *The Opposition with Jordan Klepper* podobnou roli zastává Will Storey, absolvent žurnalistiky na prestižní Northwestern University, který předtím působil jako research manager pro Setha Meyerse v jeho pořadu *Late Night*,³² a žurnalistické pozadí z Northwestern University má i kontrolorka faktů pořadu *Full Frontal with Samantha Bee* Ali Elkinová, která pracovala taktéž jako reportérka pro *Bloomberg*.³³

Drobným, ovšem reprezentativním příkladem kvality práce konkrétně jmenovaných pracovníků i jim podobných zaměstnanců může být rozbor serveru *PolitiFact* věnující se projevům moderátorů amerických late night show ve vyhrocené situaci, konkrétně přímo po masovém útoku v Las Vegas, při němž v říjnu roku 2017 zahynulo 58 lidí. Jimmy Kimmel, moderátor late night show *Jimmy Kimmel Live!*,³⁴ ve své řeči využil několik různých statistik,

³¹ Tamtéž.

³² Will Storey. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/will-storey-533b9b22>

³³ Ali Elkin. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/ali-elkin-b3487144/>

³⁴ *Jimmy Kimmel Live!* ABC [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <http://abc.go.com/shows/jimmy-kimmel-live>

keré se ukázaly být přesné, a to samé platí pro Jamese Cordena.³⁵ Pouze Trevor Noah se dopustil nepřesnosti, když uvedl, že americký Kongres bude hlasovat o zákonu deregulujícím prodej zbraňových tlumičů, když hlasování bylo odloženo na neurčito. To se ovšem dá vysvětlit skutečností, že tato informace k Noahovi nestačila dorazit před začátkem vysílání.³⁶

Důraz na pečlivý průzkum faktů a jejich kontrolování naznačuje, že producenti late night show jsou si vědomi své vlastní důležitosti coby jednoho z důležitých šířitelů informací ve společnosti. Jak ve svém článku doplňuje Stamato: „*Dává tedy smysl, že bychom se měli starat o faktičnost a kvalitu rešerše v našich segmentech late night comedy, stejně jako se staráme o faktičnost a kvalitu rešerše v tradičních zpravodajských médiích.*“³⁷

Samotná snaha o to, aby prezentované informace byly přesné, ovšem pochopitelně automaticky nevkládá rovnítko mezi late night show a žurnalistiku. Brání se tomu i sami moderátoři – nejen John Oliver, ale i Jon Stewart, který v rozhovoru pro *C-Span* tvrdí, že *The Daily Show* počítá s určitou informovaností svých diváků. „*Pokud k nám přijdou bez znalostí, naše show nebude dávat žádný smysl,*“ řekl. „*Nedostávají zprávy od nás. Chodí k nám, aby zjistili, co je na nich vtipného.*“³⁸

Stewartův názor podporuje i výzkum Pew Research Center z roku 2015, z něhož vychází, že 43 procent stálých diváků *The Daily Show* sleduje pořad primárně kvůli zábavě. Pouze 10 procent lidí přilákají nejnovější zprávy a 2 procenta v programu hledají hloubkové reportáže.³⁹ Stejná studie ukazuje další zajímavou informaci: levicově (liberálně) zaměřeni diváci mají mnohem

³⁵ *The Late Late Show with James Corden*. CBS [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <https://www.cbs.com/shows/late-late-show/>

³⁶ JACOBSON, Louis a John KRUZEL. Fact-checking Jimmy Kimmel, late-night hosts on gun violence after Las Vegas attack. *PolitiFact* [online]. 2017 [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2017/oct/03/fact-checking-jimmy-kimmel-late-night-hosts-about/>

³⁷ STAMATO, Philip. The Credibility of Late Night Comedy.

³⁸ MCCLENNEN, Sophia A. a Remy M. MAISEL. *Is satire saving our nation? mockery and American politics*. New York: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-113-7427-960, s. 186.

³⁹ GOTTFRIED, Jeffrey, Katerina Eva MATSA a Michael BARTHEL. As Jon Stewart steps down, 5 facts about The Daily Show. *Pew Research* [online]. 6. 8. 2015 [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/08/06/5-facts-daily-show/>

větší tendenci se na pořad dívat a věřit mu než ti pravicově (konzervativně) zaměřením a divácká základna pořadu tak reprezentuje primárně pouze jeden ze dvou velkých amerických politických táborů.

V této práci bude zkoumána i skutečnost, jaké typy zpráv a událostí si autoři late night show do svých pořadů vybírají. Pro tyto účely budou v práci používány termíny „hard news“ a „soft news“. Na jejich přesném významu se mediální výzkumníci neshodnou, jak v článku *Journalistic Views on Hard and Soft News: Cross-Validating a Popular Concept in a Factorial Survey* ukazují Isabella Gloggerová a Lukas P. Otto.⁴⁰ Pro potřeby této práce budou za hard news považovány takové zprávy, které se týkají politických, společenských či ekonomických problémů. Za soft news budou naopak považovány takové zprávy, které se věnují popkulturním tématům, katastrofám či kriminalitě. Toto rozdělení lze srovnat s Baumem⁴¹ či Ottem, Gloggerovou a Boukesem.⁴²

Následující část práce se bude věnovat detailnějšímu průzkumu problematiky včetně definice infotainmentu a satiry, náčrtu vztahu americké mediální krajiny a humoru, tématu konvergence a tekutých médií, žurnalistických postupů a kritérií, která by měly late night show splňovat, pokud je máme řadit mezi žurnalistické útvary.

⁴⁰ GLOGGER, Isabella a Lukas P. OTTO. *Journalistic Views on Hard and Soft News: Cross-Validating a Popular Concept in a Factorial Survey*. 2019, **96**(3), 811-829. DOI: 10.1177/1077699018815890.

⁴¹ BAUM, Matthew A. Soft News and Foreign Policy: How Expanding the Audience Changes the Policies. *Japanese Journal of Political Science*. 2007, **8**(1), 115-145. DOI: 10.1017/S1468109907002502.

⁴² OTTO, Lukas, Isabella GLOGGER a Mark BOUKES. The Softening of Journalistic Political Communication: A Comprehensive Framework Model of Sensationalism, Soft News, Infotainment, and Tabloidization. *Communication Theory*. 2017, **27**(2), 136-155. DOI: 10.1111/comt.12102.

2 Infotainment a satira v americké mediální krajině

2.1 Infotainment

Slovník Merriam-Webster definuje termín „infotainment“ jako „televizní programy, které prezentují informace (například zprávy) způsobem, který by měl být zábavný“.⁴³ Dle českého serveru Media Guru má „většinou za cíl vybudit emoce: úžas, překvapení, zhrození se, potěšení, nadšení, rozněžnění se (například nad zvířátky). Infotainment je využíván zejména bulvárními médii, často jej využívá i PR k efektivnějšímu zásahu cílové skupiny.“⁴⁴ Jedná se o dvě odlišná pojetí infotainmentu. Jedno se soustředí primárně na televizní programy s cílem informovat diváka. Druhé je obecnější a bere v potaz i aktivity stojící zcela mimo žurnalistický obor. Pro potřeby této práce ovšem zcela dostačuje první, užší definice tohoto termínu.

Ve své klasické práci *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy* z roku 1985 kritizuje Neil Postman dlouhodobý pokles serióznosti především televizního zpravodajství.⁴⁵ Podobný názor vyjádřil o třicet let později také expert na globální média Daya Kishan Thussu ve své knize *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, kde je globální infotainment definován jako „globalizace amerického televizního žurnalismu hnaného sledovaností, který upřednostňuje privatizované soft news – o celebritách, zločinu, korupci a násilí – a prezentuje je jako druh podívané, na úkor zpráv o politických, občanských a veřejných záležitostech.“⁴⁶ Thussu ovšem v pozdější části studie argumentuje, že shrnout veškeré popularizační praktiky, apely na emoce a hon za sledovaností jako „dumbing down“ (volně: „zpitomnění“) není přesné, protože „taková kritika je založena na idealizované vizi žurnalistiky.“⁴⁷ Kritici infotainmentu zakládají své negativní postoje na představě, jaké by

⁴³ Infotainment. In: *The Merriam-Webster.com Dictionary* [online]. [cit. 2018-06-12]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/infotainment>

⁴⁴ Infotainment. In: *MediaGuru.cz* [online]. [cit. 2018-06-12]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/infotainment/>

⁴⁵ POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá fronta, 2010. ISBN 9788020422064.

⁴⁶ THUSSU, Daya Kishan. *News as entertainment: the rise of global infotainment*. Thousand Oaks: Sage, 2007. ISBN 978-0-7619-6878-8, s. 8.

⁴⁷ THUSSU, Daya Kishan. *News as entertainment: the rise of global infotainment*, s. 162.

zpravodajství být mělo, místo toho, aby reflektovali jeho každodenní realitu.

Informace, které se k divákům dostávají zábavnou formou, „*můžou motivovat mladé lidi k většímu zapojení do občanské společnosti.*“⁴⁸ Zvlášť dobře v tomto ohledu může fungovat satira – Thussu zmiňuje i pořady jako *Jistě, pane ministře* nebo *The Day Today* a *Broken News*, všechno z produkce *BBC*, které se jistě nedají označit za seriózní novinářské produkty. V kontextu této práce jsou poznatky o účinnosti komedie k předávání vážných poselství nebo k motivaci populace nesmírně relevantní z toho důvodu, že tendence předávat a přijímat vážné informace v co nejzábavnější formě je čím dál tím silnější, a to zvlášť v americkém mediálním prostoru, který bude blíže popsán v příští kapitole.

Přesná klasifikace infotainmentu a jeho začlenění do žurnalistických struktur je nicméně obtížný úkol, jak píše Osvaldová: „Zatímco předchozí období [pozitivistického a strukturalistického vlivu] velmi dbalo na ‚žánrový purismus‘, v poslední dekádě se čím dál více objevují tak zvané hybridní žánry, (...) které zahrnují prvky ‚druhů‘ různých. Takový žánr označuje materiály, ve kterých se prolínají různé rysy, a proto je není možné ani jednoznačně definovat, ani zařadit nebo charakterizovat. (...) Důsledkem bývá obtížná klasifikace a nemožnost definovat žánry podle atributů, na které jsme z literární nebo mediální teorie zvyklí. Překračování vymezeného rámce, které je patrné i v jiných oblastech – hudbě, poezii, malířství, dramatu – bývá považováno za typický projev např. infotainmentu nebo politainmentu.“⁴⁹

Z toho vyplývá, že čistě normativní přístup je zde obtížný a není možné jen tak prohlásit: „Právě se díváte na infotainment“, případně pravý opak. Tato práce ale považuje za infotainment takovou novinářskou praxi, která má kromě předávání zpravodajských informací ještě jeden primární cíl, a tím je diváka zabavit i za cenu toho, že předávané informace nebudou tak

⁴⁸ THUSSU, Daya Kishan. *News as entertainment: the rise of global infotainment*, s. 163.

⁴⁹ OSVALDOVÁ, Barbora. Změnil internet žurnalistické standardy a žánry? In: OSVALDOVÁ, Barbora, Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ a Miloš ČERMÁK. *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009, s. 105–112. ISBN 978-80-246-1684-1, s. 110.

podrobné, přesné nebo výstižné, jak by mohly být v serióznějším podání, a že výběr témat bude reflektovat spíš obecnou přitažlivost a „zábavnost“ než společenskou důležitost.

2.2 Satira

Satira je dalším z pojmů, které jsou relevantní pro late night show i pro obecnou diskuzi o americkém mediálním prostředí. Dle encyklopedie *Salem Press Encyclopedia of Literature* jde o „*techniku využívající humor, ironii, sarkasmus, přehánění a výsměch k tomu, aby odhalila lidské nepravosti a bláznovství.*“ Předmětem kritiky jsou především osobnosti, vlády, případně celá společnost. První ukázky satiry lze nalézt už v antických časech (Horatius, Juvenalis), známým pozdějším příkladem je román J. Swifta *Gulliverovy cesty* poprvé vydané roku 1726.⁵⁰

Právě late night show jsou ukázkou přetrvání satiry i v moderním mediálním prostředí, byť samozřejmě nejsou ukázkou jedinou – satirické prvky lze nalézt v celé řadě do publicistiky zařaditelných materiálů.

Je patrné, že satira oproti infotainmentu klade menší důraz na poskytování opravdových informací, využívá fabulace a, jak tvrdí například literární vědec Dustin H. Griffin, snaží se bojovat proti zlu a propagovat dobro – mezi těmito dvěma póly je pro satirika jasně vymezená hranice.⁵¹ Pro satiru tedy novinářská objektivita není tak důležitá, což je důvod, proč například ve Spojeném království nedosahuje takové úrovně začlenění do politického života jako ve Spojených státech. V USA se oproti tomu satira stala jedním z pilířů americké politické komunikace.⁵² Z průzkumu Pew Research Center, který ukazuje silné ideologické rozdělení diváků *The Daily Show*,⁵³ je jasně patrné, že tento pořad zastává konkrétní světonázor a je součástí myšlenkového proudu, který se části diváků bude líbit a část bude odpuzovat. To je

⁵⁰ MAZZEI, Michael. Satire. *Salem Press Encyclopedia of Literature* [online]. 2019 [cit. 2020-01-03].

⁵¹ GRIFFIN, Dustin H. *Satire: a critical reintroduction*. Lexington: University Press of Kentucky, 1994. ISBN 978-081-3118-444, s. 36.

⁵² BAILEY, R. When journalism and satire merge: The implications for impartiality, engagement and 'post-truth' politics – A UK perspective on the serious side of US TV comedy. *European Journal of Communication* [online]. 2018, 33(2), 200-213 [cit. 2018-11-29]. DOI: 10.1177/0267323118760322. ISSN 02673231, s. 201.

⁵³ GOTTFRIED, Jeffrey, Katerina Eva MATSA a Michael BARTHEL. As Jon Stewart steps down, 5 facts about The Daily Show.

pro satirickou tvorbu zcela přijatelné – dalo by se říct, že taková absence objektivit je dokonce nevyhnutelná.

Jak píše Peterson, satirik někdy dokáže zastat roli novináře lépe než sám novinář. Tento názor ovšem počítá s tím, že primárním posláním novináře je ochraňovat demokracii a upozorňovat na chyby a přehmaty elit. Reprezentuje to příklad Stephena Colberta, který v roce 2006 při svém vystoupení na slavnostní večeři pro novinářský sbor v Bílém domě ostře kritizoval nejen přítomného prezidenta Spojených států, ale i samotné novináře, kteří akci organizovali a kteří byli dle Colbertova názoru až příliš neochotní agresivně vystupovat proti vládnoucí administrativě.⁵⁴

Laxní přístup k objektivitě je pro tvorbu late night show typický. Satirický charakter však zároveň tyto pořady v očích Američanů nijak nediskvalifikuje, když jde o přijímání informací, neboť američtí diváci už dlouhodobě přijímají humor (a do jisté míry i silnou stranickost) jako nevyhnutelný průvodní jev konzumace zpráv – a jak už bylo řečeno, mnohé late night show navzdory ideologickému biasu kladou velký důraz na ověřování faktů a práci s podloženými informacemi.

2.3 Americká mediální krajina v kontextu politické satiry a infotainmentu

Americká mediální krajina se vyznačuje tím, že konzumenti médií jsou zvyklí dlouhodobě přijímat zpravodajské informace, a to včetně těch politických, z atypických zdrojů spadajících do žánru infotainmentu, nebo se dokonce zcela vymykajících žurnalistickým hranicím.⁵⁵ Neplatí to jen pro late night show, jejichž historie a role poskytovatele informací už byla naznačena v předešlé kapitole, ale i pro další mediální útvary. Je vhodné se jim krátce věnovat, protože vztah amerického publika k satíře a infotainmentu je rozhodně relevantní při snaze o porozumění formátu late night show.

⁵⁴ PETERSON, Russell Leslie. *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 6.

⁵⁵ BAILEY, R. When journalism and satire merge: The implications for impartiality, engagement and 'post-truth' politics – A UK perspective on the serious side of US TV comedy, s. 202

V tomto kontextu jsou důležité i ostatní typy amerických talk show. O vlivu ranních talk show hovoří například Frank Rich ve spojitosti s programem *The View* televize ABC, který v roce 2008 provedl překvapivě ostré interview s prezidentským kandidátem Johnem McCainem. McCain zažil „ten nejtvrdší výslech, bylo mu do očí řečeno, že lže, moderátorky ho upozornily na několik jeho nepravdivých výroků.“⁵⁶ To všechno v pořadu, který Jones označuje za program plný „lehkovážného povídání ženských moderátorek určeného primárně pro ženské publikum.“⁵⁷

Příkladem vyloženě satirického díla se silným dopadem na společenský diskurz je pořad *Saturday Night Live*. V tomto pořadu, vysílaném od roku 1975 dodnes, se střídají hudební vystoupení a komediální skeče, přičemž druhé jmenované často nějakým způsobem komentují společenské či politické dění. Mediální vědci Nick Marx, Matt Sienkewicz a Ron Becker považují tento dle svých slov „komplexní“ pořad za užitečný zdroj vhledu do americké společnosti v průběhu 20. a 21. století. V knize *Saturday Night Live & American TV* píšou: „[*Saturday Night Live*] důsledně a úmyslně probírala politiku, popkulturu a sociální normy amerického života v pěti různých dekadách.“⁵⁸

Zvyk amerického publika sledovat zprávy satirickou optikou začal u pořadu *That Was the Week That Was*, jak píše novinář Ramsey Ess.⁵⁹ Tato z Británie importovaná komediální a satirická série se do Spojených států dostala v roce 1963 a podobně jako *Saturday Night Live* se zakládala na principu reálných událostí, z nichž si tvůrci pořadu dělají legraci pomocí komediálních skečů či hudebních vystoupení.

⁵⁶ RICH, Frank. Truthiness Stages a Comeback. *The New York Times* [online]. 20. 9. 2008 [cit. 2018-11-27]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2008/09/21/opinion/21rich.html>

⁵⁷ JONES, Jeffrey P. *Entertaining politics: satiric television and political engagement*, s.14.

⁵⁸ MARX, Nick, Matt SIENKIEWICZ a Ron BECKER. *Saturday Night Live & American TV*. Bloomington: Indiana University Press, 2013. ISBN 978-0-253-01082-7, s. 4.

⁵⁹ ESS, Ramsey. ‘That Was the Week That Was’ Brings Political Satire to America. *Vulture* [online]. 2012 [cit. 2020-01-01]. Dostupné z: <https://www.vulture.com/2012/05/that-was-the-week-that-was-brings-political-satire-to-america.html>

Za součást americké mediální krajiny, která normalizovala přijímání zpravodajského obsahu skrz satiru, by se dal považovat i parodický zpravodajský server *The Onion*, který úmyslně produkuje falešné zprávy na první pohled vypadající jako ty skutečné. *The Onion* podle politologa Iana Brodieho paroduje nejen konkrétní události, ale i „*rétorické strategie lokálních, národních i bulvárních novin*.“⁶⁰ Výsledkem je situace, v níž někteří lidé falešným zprávám věří, ať už jsou jakkoliv absurdní či přehnané, ale tyto falešné zprávy zároveň upozorňují na a komentují skutečné události. Brodie uvádí příklad opakující se zprávy s titulkem: „*Neexistuje způsob, jak tomu předejít,“ říká jediný národ, kde se to pravidelně děje* – tuto zprávu *The Onion* vydává vždy po významné hromadné střelbě na území Spojených států.⁶¹ Novinář Jason Zinoman zdůrazňuje také důležitost dceřiné stránky serveru *The Onion* jménem *Clickhole*, která byla spuštěna v roce 2014 a místo obsahů tradičních médií paroduje online bulvární články s přehnaně lákavými titulky.⁶²

Výše popsané mediální obsahy naznačují, že spojení zpravodajství a satiry či infotainmentu je v americkém prostředí běžné. Existují zde média tvořící zcela vymyšlené zprávy inspirované skutečnými událostmi, které čtenáře či diváky právě na tyto skutečné události upozorní. Existují zde komediální pořady, kde jsou zprávy parodovány a prezentovány komickou optikou. A i pořady typu ranních talk show, od nichž by byl v jiné mediální krajině očekáván spíše přístup bližší infotainmentu, probírají politická témata a zpravodajství typu hard news. Všechny tři tyto přístupy k provázání zpráv a humoru jsou pro late night show relevantní a ukazují, že pro toto provázání v americkém prostředí existuje publikum.

⁶⁰ BRODIE, Ian. Pretend News, False News, Fake News: The Onion as Put-On, Prank, and Legend. *Journal of American Folklore* [online]. 2018, **131**(522), 451–459 [cit. 2020-01-03]. ISSN 00218715, s. 451.

⁶¹ BRODIE, Ian. Pretend News, False News, Fake News: The Onion as Put-On, Prank, and Legend, s. 454.

⁶² ZINOMAN, Jason. The Latest News That Isn't. *The New York Times* [online]. 2014, 163(56564), C1 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2014/07/16/arts/john-oliver-and-clickhole-take-fake-news-in-opposite-directions.html>

3 Žurnalistika v tekutých časech

Při rozhodování o tom, jaké žurnalistické koncepty do své práce zahrnout, jsem čelil dilematu – držet se spíš pro československé, resp. české prostředí tradičního striktního rozdělení na zpravodajství a publicistiku a jasně definovaných novinářských postupů a žánrů, nebo, v souladu s geografickým zaměřením práce, zamířit spíš na západ a hledat odlišné úhly pohledu, které jsou často vhodnější pro tekuté časy, o nichž bude ještě řeč?

Nakonec jsem se rozhodl pro určitou fúzi, která dle mého názoru nejlépe slouží úvahám o českém a americkém mediálním prostředí zároveň. Tato syntéza navíc umožňuje snadné zkoumání jak kratších úseků, tak celkové filozofie pořadu.

Z české mediální teorie, jejíž žánrové dělení bylo dle Barbory Osvaldové „*vždy hodně podrobné, poplatné pozitivistické a strukturalistické tradici*“,⁶³ využívám především konkrétní definice dílčích postupů a žánrů (rešerše, reportáž atd.). Jsou užitečné pro dílčí analýzy věnující se jednotlivým segmentům, které se v late night show pravidelně vyskytují.

Z americké teorie pracuji s komplexnějšími, často poměrně novými, dle mnohých pro žurnalistiku hraničními koncepty, mezi které patří explainer nebo constructive journalism a které cílům práce poslouží lépe než široce zastřešující koncepty typu publicistika a zpravodajství. Tyto koncepty lze využít pro obecnější pohled na vnitřní fungování pořadů a motivaci jejich tvůrců – oč se snaží a jak pracují.

3.1 Kdo je novinář?

Na otázku: „Kdo je novinář?“ je v dnešní době složitější hledat odpověď, než tomu bylo v dobách, kdy valná většina novinářů seděla v redakcích tištěných periodik. *Slovník žurnalistiky* nabízí poměrně úzkou definici: novinář je podle něj „*profesní označení s několika základními významy; 1. pracovník zaměstnaný v médiích, tj. novinář z povolání, řádný člen redakce; 2.*

⁶³ OSVALDOVÁ, Barbora & kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vydání. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9, s. 14.

v obecnějším smyslu i externí, smluvně vázaný spolupracovník tisku, rozhlasu, televize či agentur nebo také tzv. volný novinář, který nemá žádnou smlouvu s redakcí a nabízí své materiály pouze jednorázově, přičemž bývá registrován v profesní žurnalistické organizaci, např. v syndikátu novinářů; 3. s příchodem internetu se rozvíjejí další profesní specializace, např. novinář on-line píšící pro elektronická periodika.⁶⁴

Zmiňovaný syndikát novinářů, v českém prostředí konkrétně Syndikát novinářů ČR, z. s., tedy sdružení žurnalistických profesionálů, je dalším ukazatelem toho, kdo a proč je vnímán jako novinář. Konkrétně v Etickém kodexu SN ČR se vyžaduje „profesionální důstojnost“, „slušnost“ nebo „serióznost“,⁶⁵ tedy je obtížné zde vidět prostor pro komiky či satiriky.

Ruß-Mohl v *Komplexním průvodci žurnalistikou* nabízí méně jednoznačný, ovšem pro chaotickou, těžko jasnými vymezeními postihnutelnou dobu možná adekvátnější názor: „*Ne všechno, co média přinášejí, je žurnalistika. Ale často se žurnalistika nedá jasně oddělit od jiných aktivit v mediální oblasti. Z předchozího vyplývá, že ‚novinář‘ není žádné právně chráněné označení povolání. Jelikož Listina základních práv a svobod garantuje svobodu slova a tisku, může se vlastně novinářem nazývat každý.*“⁶⁶

I ve zbytku práce německého mediálního vědce lze nalézt určitou rozpolcenost, která je pro nejasné chápání žurnalistické profese příznačná. „*Neklid je skutečně prvořadou povinností novinářů. Jako hlídací psi by měli dávat pozor, ve správném okamžiku začít štěkat, a když to musí být, veřejně pranýřovat a kousat do lýtek ty, kteří nezacházejí správně s právem,*“⁶⁷ píše a zdůrazňuje tak seriózní roli žurnalisty coby činitele s velkou zodpovědností za demokratické fungování společnosti. „*Média a s nimi žurnalistika jsou pevnou součástí ‚společnosti zábavy‘*

⁶⁴ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3752-5, s. 160.

⁶⁵ *Etický kodex*. Syndikát novinářů ČR, z. s. [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex>

⁶⁶ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0158-8, s. 21.

⁶⁷ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 22.

a zábavního průmyslu, “⁶⁸ tvrdí také.

Barbora Osvaldová a kolektiv v monografii *Zpravodajství v médiích* za základní povinnost novináře označují následující činnosti: „*Zprostředkovat informace, analyzovat je a poskytnout recipientům, aby si mohli vytvořit vlastní názor.*“⁶⁹ Zároveň ovšem upozorňuje na možné odlišné chápání novinářské práce v různých regionech: „*Zdá se, že americké pojetí je ve vztahu novinář a společnost daleko střízlivější a klade důraz na složku informační a faktografickou a pokud plní roli politického oponenta, snaží se výsledku dosáhnout především použitím faktů. (...) Evropská tradice více spoléhá na argumentaci a komentování událostí.*“⁷⁰

Teoretici Jaromír Volek a Jan Jiráček se ve studii *Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů* zabývají žurnalistikou jako profesí a novináři jako profesionály. Novinář, který vykonává žurnalistiku jako profesi, má podle nich jisté výhody. Profesionální žurnalisté „*jsou schopni efektivněji kontrolovat hranice své komunity a současně mají vyšší legitimitu při formování veřejné agendy.*“⁷¹ Zároveň však popisují významný názorový proud, který novinářské povolání označuje pouze za „*semi-profesi*“ bez jasně stanovených profesních standardů.⁷²

Odlíšné interpretace toho, kdo je novinářem, jsou přirozené ve chvíli, kdy je obtížné se shodnout na základních definicích i v rámci jediného regionu a kdy dochází k rapidním změnám, ne-li přímo zánikům a tvorbě paradigmat. V následujících řádcích je tedy třeba vysvětlit koncept mediální konvergence a teorii „*tekutých časů*“, která dobře vystihuje fluiditu a nejednoznačnost současné novinářské profese.

⁶⁸ RUB-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 23.

⁶⁹ OSVALDOVÁ, Barbora & kolektiv. *Zpravodajství v médiích*, s. 10.

⁷⁰ Tamtéž.

⁷¹ VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. *Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia*, Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45. ISSN 1801-9978., s. 23

⁷² Tamtéž

3.2 Žurnalistická konvergence

Zásadním pojmem pro tuto práci, skrze nějž je problematika late night show nahlížena, je termín „konvergence“. V obecném užití tento termín znamená „*skutečnost, že se dvě nebo víc věcí, myšlenek atd. stávají podobnými či se setkávají*“.⁷³ V kontextu mediálních studií jde o komplexní trend, jehož existenci umožnil rozvoj komunikačních technologií a internetu spolu s fragmentací publika. Jak píše mediální teoretik Ivar John Erdal, tento trend se může dotknout organizačních struktur žurnalistické praxe a kupříkladu zapříčinit užší spolupráci mezi různými redakcemi (redakce zodpovědná za online obsah, za tištěný obsah, za audiovizuální obsah atd.), nebo samotných textů – projevuje se zvýšeným používáním multimédií či novinářskými obsahy prezentovanými v odlišném prostředí, než pro jaké byly primárně vytvořeny.⁷⁴

Rich Gordon identifikuje pět různých významů mediální konvergence. Jde o konvergenci ve vlastnictví médií, taktickou konvergenci zahrnující partnerství a synergii mezi různými subjekty (ne nutně v rámci jedné organizace), strukturální konvergenci týkající se organizačních změn ve společnostech produkujících mediální obsahy, konvergenci sběru informací (novináři současně produkují psaný text i audiovizuální obsah) a konvergenci prezentace či vyprávění.⁷⁵ Právě tento poslední zmiňovaný význam konvergence je pro tuto práci nejdůležitější. Charakterizuje proces vzniku „*nových forem vyprávění*“ – předávání zpráv publiku se již neomezuje na hlasatele sedícího za stolem u večerních zpráv, nýbrž využívá potenciál nových médií a žánrů.⁷⁶

Podle Janet Kolodzyové znamená žurnalistická konvergence „nový způsob přemýšlení o zprávách, produkci zpráv a jejich doručování využitím všech médií k jejich plnému

⁷³ Convergence. In: *Cambridge Dictionary* [online]. [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/convergence>

⁷⁴ ERDAL, Ivar John. Bridging the Gap: Toward a Typology of Cross-media News Production Processes. In: *The Handbook of Global Online Journalism*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell, 2012, s. 177-191. DOI: 10.1002/9781118313978.ch10.

⁷⁵ GORDON, Rich. The Meanings and Implications of Convergence. In: KAWAMOTO, Kevin, ed. *Digital journalism: emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2003, s. 57-73. ISBN 0-7425-2680-1.

⁷⁶ GORDON, Rich. The Meanings and Implications of Convergence, s. 70.

potenciálu.“⁷⁷ Kolodzyová dále píše: „Konvergence v žurnalistice znamená propojení novinářů a jistých typů žurnalistiky, které se pohybovaly v odlišných sférách.“⁷⁸ Podle ní je třeba si uvědomit, že moderní publikum získává informace z mnoha různých zdrojů a využít tohoto vědomí k tomu, aby bylo publiku možné žurnalistický obsah efektivně poskytnout.⁷⁹

Tento trend je pro late night show klíčový, protože jak již bylo řečeno v úvodu, vzrůstající množství lidí tyto původně čistě zábavní pořady využívá jako zdroje informací. Vzrůstá tak zároveň i potřeba v tomto netradičním prostoru publiku nabízet informace ověřené a kvalitně zpracované – nabízet žurnalistiku v nežurnalistickém médiu.

3.3 Tekuté časy a změna ve vnímání audiovizuálních médií

Ještě v relativně nedávné minulosti, například před rokem 1990, by bylo krajně neobvyklé uvažovat o formátu late night show jako o seriózním zpravodajském zdroji či žurnalistickém útvaru. Mediální návyky čtenářů a diváků, nebo, jak jsou dnes stále častěji označováni, *konzumentů*, se ovšem v průběhu času mění.

Dnešní doba se dle Baumana dá nazvat „tekutými časy“ v tom smyslu, že „sociální formy (vzorci přijatelného chování, struktury omezující individuální volbu, instituce dohlížející na prohlubování rutiny) nadále nemohou (a ani se to od nich neočekává) udržet stejný tvar po delší časové období, protože se rozpouštějí a rozpadají rychleji, než stačí být ustaveny, natož aby se stihly ustálit.“⁸⁰ Bauman mezi příklady důsledků této „ztráty pevnosti“ zmiňuje celou řadu celospolečenských problémů od deregulace válek až po nárůst počtu uprchlíků, ovšem stejný rámeček se dá aplikovat i na média.

Hovoříme-li o tekutých médiích, jde o média, která se nedají snadno zařadit do jasně

⁷⁷ KOLODZY, Janet. *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2006. ISBN 07-425-3886-9, s. 4.

⁷⁸ KOLODZY, Janet. *Convergence journalism*, s. 10.

⁷⁹ KOLODZY, Janet. *Convergence journalism*, s. 58.

⁸⁰ BAUMAN, Zygmunt. *Tekuté časy: život ve věku nejistoty*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80-200-1656-0, s. 9.

ohraničených kategorií a která splývají dohromady mnoha různými způsoby. Hranice mezi jednotlivými žánry jsou rozmazané. „*Nedílnou součástí tekuté modernity (někdy též označované jako doby postmoderní), jsou tekutá média, v nichž se stírají rozdíly mezi informacemi a zábavou, soukromou a veřejnou komunikací, příjemcem obsahu a jeho producentem, zprávou či komentářem a ve výčtu by bylo možné pokračovat,*“ píše Moravec.⁸¹

Tímto způsobem je třeba posuzovat i dnešní late night show, které se sice můžou chlubit bohatou historií a nelze je označit za zbrusu nový produkt tekutého času, ale způsob, jakým diváci tento formát konzumují a jak jej vnímají, se musel nutně změnit spolu se způsobem konzumace dalších forem mediálního obsahu.

Jednotlivé pořady late night show se v dnešní době dají sledovat v televizi v přesně daný čas, ale také na internetu, kdykoli se potenciálnímu divákovi zachce. Televize neumožňuje okamžitou participaci a zpětnou vazbu, kterou nabízejí internetová fóra například na serveru YouTube, kde jsou segmenty všech tří v práci zkoumaných pořadů volně dostupné. Jak píše Tereza Pavlíčková: „*Aktivita uživatelů a konzumentů nových médií je rovněž vnímána jako svoboda vybrat si, co kdo chce číst, kdy, a v jakém pořadí.*“⁸² Sloveso „číst“ se v tomto případě dá snadno nahradit slovesem „vidět“. Stejný obsah lze ovšem zároveň sledovat i lineárně tak, jak jej nastavil pevně daný televizní program.

Existují i fundamentálnější rozdíly mezi současným stavem a minulostí. Moravec při popisu nového způsobu konzumace médií zmiňuje „*skimování*“ (přelétávání textu očima) namísto jeho čtení, „*googlování*“ a „*surfování*“ namísto proniknutí do tématu.⁸³ Tekutá média operující v tomto novém paradigmatu dovolují komikovi, aby informoval efektivněji než hlavní

⁸¹ MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. ISBN 978-80-200-2572-2, s. 20.

⁸² PAVLÍČKOVÁ, Tereza. Jak nová jsou publika nových médií? In: OSVALDOVÁ, Barbora, Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ a Miloš ČERMÁK. *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009, s. 51-61. ISBN 978-80-246-1684-1, s. 57.

⁸³ MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*, s. 33.

moderátor večerních zpráv. Tekutá média umožňují, aby se satirická pobídka k akci, ve své přehnané nevážnosti cílící na internetovou viralitu, setkala s větší odezvou než komentář elitního fejetonisty váženého média.

K žurnalistice, jak ji chápou mediální studia, se ovšem přesto vážou určitá očekávání – jak bude pracovat, za jakým účelem a, v neposlední řadě, jaké metody a postupy k tomu bude využívat.

Těmto postupům a žánrům se věnuje následující část práce.

4 Novinářské formy, postupy a žánry spjaté s pořady typu late night show

4.1 Novinářské postupy

4.1.1 Rešerše

Rešerše je dle Ruß-Mohla „zřejmě nejdůležitější část novinářské práce“, která spočívá v „zjišťování a shromažďování materiálů, faktů a důkazů.“⁸⁴ Jinak řečeno: Tím, co musí každý novinář učinit předtím, než vytvoří zpravodajský či publicistický text, je průzkum tématu, získání relevantních informací a také ověření jejich pravdivosti. A tyto informace by neměly pocházet z jediného zdroje, zvláště tehdy, pokud se výsledná reportáž nebo jiný útvar zabývá konfliktem mezi dvěma a více stranami: „K zhodnocení situace je zapotřebí vyjádření stran, kterých se situace týká.“⁸⁵ Slovník žurnalistiky dodává: „Nejde jen o shromažďování podkladů, ale také o kritický odstup, úplnost, kontrolu a rekonstrukci, včetně zkoušky koherence (souvislostí, spojitostí).“⁸⁶

Shromáždění potřebných dat je ovšem jen část celkové výzkumné práce. Zároveň je třeba je upravit do takové podoby, aby bylo možné je předat veřejnosti ve formě mediálního obsahu. Bertrandová a Hughes vyjmenovávají schopnosti potřebné k provedení správné mediální rešerše: „schopnost nalézt informace, schopnost informace syntetizovat [spojit více částí do jednoho celku, pozn. aut.] a schopnost prezentovat tyto informace dalším lidem.“⁸⁷

Z výše uvedených definic vychází přibližný obrázek schématu mediální rešerše: najít nové informace, případně znovuobjevit ty staré a podívat se na ně z nového úhlu, upravit svá zjištění do takové formy, aby bylo možné je srozumitelně prezentovat. Zároveň je třeba pamatovat na etickou stránku věci. Například je nutné „zajistit, že předmět zkoumání není vystaven fyzickému,

⁸⁴ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 109.

⁸⁵ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 111.

⁸⁶ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 208.

⁸⁷ BERTRAND, Ina a Peter HUGHES. *Media Research Methods*. Londýn: Palgrave, 2018. ISBN 978-1-137-55214-3, s. 3.

emocionálnímu nebo finančnímu riziku,⁸⁸ jak píšou Bertrandová a Hughes.

4.2 Novinářské žánry

4.2.1 Televizní zpráva & headline

Televizní zpráva je jedním z nejčastějších žánrů využívaných v audiovizuálním zpravodajství. Martin Lokšík ji charakterizuje jako „*pohotovou, věcnou, stručnou a přesnou informaci o společensky důležitých, významných nebo zajímavých událostech*“.⁸⁹ Pro pořady typu late night show je důležitá spíše sekundárně, neboť tyto pořady televizní zprávy přímo neprodukují, ovšem nezřídka využívají a zpětně komentují již odvysílané zprávy jiných médií. Tím se vytrácí „*specificky televizní zpravodajská přítomnost*“,⁹⁰ o níž píše Lokšík a která se projevuje mizejícími rozdíly mezi předem natočeným materiálem a tím, který je skutečně prezentován v živé podobě.

V kontextu pořadů typu late night show je nutné zmínit ještě jeden specifický žánr spojený s televizní zprávou – tzv. headline. To je „*dynamický přehled tří až pěti hlavních zpráv v úvodu zpravodajské relace, který má diváka okamžitě zaujmout a upoutat*“.⁹¹ Jde tedy o krátkou, zhuštěnou ukázkou toho, co diváka v pořadu teprve čeká, včetně výčtu hlavních témat a jejich základního shrnutí. Její zvukovou složkou je mluvený popis a někdy i hudba, složkou obrazovou tvoří „*rozhodující okamžik události*“⁹², tedy jeden záběr či několik málo záběrů, které nejefektivněji vystihnou, o čem bude daná zpráva pojednávat.

4.2.2 Reportáž

Halada a Osvaldová popisují reportáž jako „*publicistický žánr, svědeckou výpověď konkrétního zážitku v písemné, slyšené či vizuální podobě. Zobrazuje skutečnost na základě přesných, dokumentárních faktů, při použití mnohotvárných stylistických a kompozičních*

⁸⁸ BERTRAND, Ina a Peter HUGHES. *Media Research Methods*, s. 20.

⁸⁹ LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In: OSVALDOVÁ, Barbora & kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vydání. Praha: Karolinum, 2011, s. 73-89. ISBN 978-80-246-1899-9, s. 83.

⁹⁰ Tamtéž.

⁹¹ LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství, s. 85.

⁹² Tamtéž.

postupů.⁹³ Existuje ovšem i odlišné teoretické řazení – Lokšík audiovizuální reportáž, respektive „reportážní zprávu“, označuje za žánr zpravodajský.⁹⁴

Ačkoli audiovizuální reportáží běžně provází jediný reportér, který může popisovat své vlastní zážitky nebo dojmy, výsledek by nikdy neměl být plně subjektivní bez snahy zachytit skutečnost co nejkompaktněji – například prezentovat výpovědi obou stran v případě sporu tak, jak o tom mluvila již podkapitola o rešerši. Určitá subjektivita je pochopitelně nevyhnutelná, ale neměla by převládnout, jak píše Ruß-Mohl: „*Reportáž doplňuje, ale nenahrazuje zprávu. Měla by dění objasnit tak konkrétně a přehledně, jak je to jen možné. Je více pohledem na věc než analýzou, více informací než vyjádřením názorů. Dobrý reportér vylíčí svoje dojmy, ale neshrne je do závěrečného vyznění v tom smyslu, že perspektiva autora je jediná možná.*“⁹⁵

Lokšík píše, že audiovizuální reportáž by se měla vyznačovat „*autenticitou, (...) dokumentární věcností a strízlivostí vizuálního výrazu*“.⁹⁶

Zároveň je dle Ruß-Mohla žádoucí využít skutečných svědků události nebo činitelů, kteří jsou v ní zainteresovaní: „Dobrá reportáž žije z human touch, tedy z toho, že osloví lidi, má lidský rozměr, z osudů jednotlivců, které jsou vylíčeny a současně jsou příkladem určité události nebo vývoje skutečnosti. Aktéři by měli dostat slovo.“⁹⁷

4. 2. 3 Novinářské interview

Interview je dialogickým novinářským žánrem, který je s formátem late night show spojovaný nejčastěji. Steven Clayman a John Heritage tento žánr v knize *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air* označují za „*přímé a v zásadě spontánní setkání mezi novináři a širokým spektrem veřejných osobností*“.⁹⁸

⁹³ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 203.

⁹⁴ LOKŠÍK, Martin. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství*, s. 86.

⁹⁵ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 56.

⁹⁶ LOKŠÍK, Martin. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství*, s. 75.

⁹⁷ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 57.

⁹⁸ CLAYMAN, Steven a John HERITAGE. *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*. New York: Cambridge University Press, 2002. ISBN 0-511-02103-8, s. 1

Dle Slovníku žurnalistiky se jedná o „střídání otázek a odpovědí, v němž partneři na rozdíl od diskuse mají jasně stanované role tazatele a odpovídajícího. Interviewovaná osoba je veřejně známá nebo vynikající v nějakém oboru, její názory by měly zaujmout recipienty.“⁹⁹

Televizní interview má oproti psané formě svoje vlastní specifika: „V televizi je interview žánr spadající jak do zpravodajství, tak do publicistiky, může být tzv. live, tj. naživo, nebo předem natočený a sestříhaný. Protože spojuje vizuální a zvukovou složku, na rozdíl od psané formy většinou z důvodu návaznosti záběrů zachovává chronologii průběhu interview.“¹⁰⁰

„V televizi mnohem více než v jiném médiu hraje roli osobnost a vzhled moderátora,“ píše Ruß-Mohl. Novináři vedoucí televizní interview by podle něj měli ztělesňovat autoritu, zdravý rozum, dávat věcem řád a smysl.¹⁰¹ Pro televizní interview je tedy důležitý silný novinář – a jak už bylo vysvětleno v příslušné kapitole, extrémně důležitou součástí formátu late night show je silná, charismatická osobnost moderátora.

Klíčovou povinností novináře zodpovědného za interview je příprava na něj, která se může do značné míry prolínat s rešerší. „Novinář se na [interview] musí předem připravit, připravit si otázky a prostudovat materiály o partnerovi, aby mu byl jak rovnocenným protihráčem, tak informovaným oponentem.“¹⁰² To je důležitější při interview s premiérem než s popovou hvězdou – jak píše Ruß-Mohl: „Politika tradičně stojí v hierarchii témat a rubrik nejvýše.“¹⁰³

4. 2. 4 Komentář (tematický monolog)

Komentář je publicistickým žánrem, který dle Slovníku žurnalistiky „vychází ze známých faktů, jevů nebo myšlenek, které dává do souvislostí, odhaluje pozadí, příčiny i důsledky, připojuje subjektivní pohled.“ Tento žánr se snaží „vysvětlit a zhodnotit z různých úhlů pohledu aktuální sociální jev nebo problém, zaujmout k němu stanovisko, eventuálně získat posluchače

⁹⁹ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 115.

¹⁰⁰ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 115–116.

¹⁰¹ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 143.

¹⁰² HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 116.

¹⁰³ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 157.

pro nějaký názor.“¹⁰⁴

Barbora Osvaldová v úvodu k monografii *O komentáři, o komentátorech* píše, že ačkoliv komentátor vyjadřuje subjektivní myšlenky a může k tomu využívat i barvitý jazyk, zároveň by neměl prezentovat dojmy, nýbrž podložené informace: „*Tady je hranice výkřiků k tématu a opravdových znalostí. Právě tzv. zdrojování (uvádění přesných odkazů k faktům) je poznávací znamení správného komentáře, aby nebyl jen exhibicí pisatele.*“¹⁰⁵

Jiří Kraus ve stejné monografii píše, že fakta pro komentátora představují jen argumentační východisko a považuje tento žánr za „*nadstavbu zpravodajství*“. Komentář podle něj „*nestaví (...) na novosti faktů, dokonce ani většinou nové údaje nepřináší.*“¹⁰⁶

Slovník žurnalistiky považuje komentář za žánr, který se může vyskytovat buď v psané, nebo rozhlasové podobě.¹⁰⁷ Ovšem i v televizním či internetovém vysílání je žánr komentáře využíván, a to v audiovizuální podobě, jak například ukazuje ve své diplomové práci Markéta Rizikyová.¹⁰⁸ Právě tento druh komentáře, který vykazuje všechny charakteristiky typické pro tento žánr, je relevantní pro pořady typu late night show, které komentář využívají ve formě tematického monologu moderátora.

Tyto monology, často tvořící ústřední část celého pořadu, jsou dle Petersona „*závislé na sběru zpráv ze strany zavedených zpravodajských médií*“¹⁰⁹ a pomocí těchto mediálních zdrojů rekapituluji události daného dne či dlouhodobější problémy. Využívají k tomu satiru a humor – scenárista Jon Macks, který se během své kariéry podílel především na produkci *The Tonight*

¹⁰⁴ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 126-127.

¹⁰⁵ OSVALDOVÁ, Barbora & kolektiv. *O Komentáři, o komentátorech*. Praha: Karolinum, 2013. ISBN 978-80-246-2424-2, s. 10.

¹⁰⁶ KRAUS, Jiří. Komentář: Stylistický komentář k vymezení vlastností jednoho publicistického žánru. In: OSVALDOVÁ, Barbora. *O Komentáři, o komentátorech*. Praha: Karolinum, 2013, s. 15-23. ISBN 978-80-246-2424-2, s. 16.

¹⁰⁷ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 126-127.

¹⁰⁸ RIZIKYOVÁ, Markéta. *Komentář za minutu pohledem komentátorů Hospodářských novin* [online]. 2019 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/204344>. Vedoucí práce Martin Lokšík, s. 11.

¹⁰⁹ PETERSON, Russell Leslie. *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 47.

Show with Jay Leno, v knize *Monologue: What Makes America Laugh Before Bed* popisuje, že běžný monolog moderátora musel obsahovat alespoň 25 vtipů.¹¹⁰ Moderátor kromě vtipkování události také subjektivně komentuje a někdy se vyjadřuje i ke složitým tématům, jako je válka v Iráku¹¹¹ či klimatická změna.¹¹² Tyto monology přesně odpovídají výše uvedené definici komentáře tím, že moderátor na základě relevantních zdrojů rekapituluje a komentuje aktuální informace, zaujímá k nim subjektivní stanovisko, snaží se diváka přesvědčit.

Vzhledem ke skutečnosti, že v kontextu pořadů late night show jsou tyto komentáře moderátora označovány jako monology a hovoří tak o nich i americká odborná literatura na toto téma, bude pro tento žánr ve zbytku práce používán termín „tematický monolog“. Pakliže se některý tematický monolog formálně či obsahově odchýlí od výše uvedené definice komentáře, práce na tuto odchylku upozorní.

4.3 Žurnalistické formy

Tato práce za žurnalistickou formu považuje zastřešující žurnalistický koncept, který se vyznačuje využíváním určitých postupů a žánrů k dosažení určitého cíle. Konkrétní zkoumané formy relevantní pro pořady typu late night show budou představeny v následujících podkapitolách.

4.3.1 Investigativní žurnalistika

„Pod investigativní žurnalistikou rozumíme obzvláště dlouhou a důkladnou rešerši, na které, pokud možno, pracuje celý tým reportérů. Cílem je většinou odhalení nějakého skandálu,“ píše Ruß-Mohl.¹¹³ Mezi skandály, které byly díky práci investigativních novinářů v minulosti odhaleny, patří i obrovské aféry jako Watergate nebo církevní zneužívání dětí, které odhalil

¹¹⁰ MACKS, Jon. *Monologue: what makes America laugh before bed*. New York: Blue Rider Press, 2015. ISBN 978-0-698-16872-5.

¹¹¹ HAIGH, Michel M. a Aaron HERESCO. Late-Night Iraq: Monologue Joke Content and Tone From 2003 to 2007. *Mass Communication and Society*. 2010, **13**(2), 157-173. DOI: 10.1080/15205430903014884.

¹¹² SKURKA, Chris, Jeff NIEDERDEPPE a Robin NABI. Kimmel on Climate: Disentangling the Emotional Ingredients of a Satirical Monologue. *Science Communication*. 2019, **41**(4), 394-421. DOI: 10.1177/1075547019853837.

¹¹³ RUß-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 115.

tým Spotlight pracující pro The Boston Globe.

Jaká jsou ale kritéria úspěšné investigativní reportáže a postupy, jimiž se investigativní žurnalistika vyznačuje obecně? William C. Gaines v knize *Investigative Journalism: Proven Strategies for Reporting the Story* sledoval recipienty prestižní Pulitzerovy ceny a přišel s následujícími kritérii reportáže, která komise při výběru vítězů zohledňuje:

- odhaluje informace, které se někdo snaží skrývat nebo které by jinak nevešly ve známost,
- je důležitá z hlediska veřejného blahobytu,
- je výsledkem práce reportéra, nikoli únikem z vyšetřování vládní agentury,
- odhaluje plýtvání daňovými fondy způsobené špatnou správou nebo korupcí ve vládě, nebezpečné podmínky způsobující zdravotní riziko, nebo podvodné jednání v soukromém sektoru, které vykořisťuje zákazníka.¹¹⁴

Z těchto kritérií je zřejmé, že úspěšná investigativní žurnalistika se z velké míry opírá o obsah, o téma, kterému se novinář věnuje. Čím společensky závažnější téma, tím větší váhu má výsledný text. „*Mnoho důležitých investigativních reportáží je psáno o politických a sociálních problémech,*“ píše Gaines.¹¹⁵ Tyto reportáže se ovšem samozřejmě musejí opírat o důkladnou rešerši, precizně zvládnutou formu a etické jednání reportéra včetně jeho práce se zdroji a získávání informací.

Prvotní podnět ke sledování konkrétního tématu může pocházet od kolegy novináře, „tipu“ občana blízkého dané kauze, nebo může vycházet například ze zákaznických stížností.¹¹⁶ Způsoby, jakými investigativní reportéři tradičně získávají informace, se různí. Mezi nejčastější patří dle Gainese interview se svědky či jinými klíčovými osobami, často za použití diktafonu

¹¹⁴ GAINES, William. *Investigative journalism: proven strategies for reporting the story*. Washington: CQ Press, 2008. ISBN 978-0-87289-414-3, s. 2.

¹¹⁵ GAINES, William. *Investigative journalism: proven strategies for reporting the story*, s. 51.

¹¹⁶ GAINES, William. *Investigative journalism: proven strategies for reporting the story*, s. 6.

a dalších technických pomůcek, nebo prohledávání veřejně dostupných zdrojů, například státních databází.

Všechny tyto konkrétní podrobnosti investigativní práce jsou ovšem pro tuto práci méně důležité než základní postřeh, kterým se běžná reportáž liší od té investigativní: zjednodušeně řečeno, ta druhá vždy musí jít víc do hloubky.¹¹⁷ V případě automobilové havárie význačné osobnosti je úlohou běžného reportéra zjistit počet obětí a čas havárie, investigativní reportér se následně – pod menším časovým tlakem – ponoří do shromažďování informací o tom, proč k havárii došlo a zda je možné najít někoho, kdo je za ni zodpovědný.

Investigativní novinářské šetření se liší od toho kriminálního tím, že jeho cílem může být téměř jakákoli osoba – dokonce i taková, která se dopustila prohřešků, jež nelze klasifikovat jako ilegální. V takovém případě je soudcem i porotou veřejné mínění, které investigativní reportér svým článkem ovlivní a jehož změna následně může vést k nápravě daného problému.

Jak píše Aucoin, ne každé novinářské šetření, při němž se přijde na nové informace, se dá označit za investigativní, což dokazuje příkladem denverské televizní stanice pod hlavičkou *NBC*, která za „investigativní“ označila svou úspěšnou snahu nalézt dítě, které učitelé vrátilo peníze a on mu za to chtěl poděkovat.¹¹⁸ Klíčovou součástí skutečné investigativní žurnalistiky je soustředění se na důležité společenské problémy, nikoli zábavné či bulvární pseudoudálosti. Zmiňovaný příklad autohavárie, byť by se týkala významné osobnosti, by se tak pro Aucoina pohyboval někde na kraji přijatelnosti do kategorie investigativní žurnalistiky, nebo dokonce mimo ni.

Jasnou kategorizaci ztěžuje i skutečnost, že investigativní žurnalistika může být vnímána jako přímá alternativa k běžnému zpravodajství pasivně reagujícímu na události tím, že

¹¹⁷ GAINES, William. *Investigative journalism: proven strategies for reporting the story*, s. 7.

¹¹⁸ AUCOIN, James. *The evolution of American investigative journalism*. Columbia: University of Missouri Press, 2005. ISBN 08-262-1615-3, s. 3.

investigativci aktivně vyhledávají jinak skrytá témata, o nichž by se veřejnost bez jejich přičinění nedozvěděla.¹¹⁹

4. 3. 2 Vysvětlovací žurnalistika

Termín „explainer journalism“, který lze do češtiny přeložit jako „vysvětlovací žurnalistika“, se v poslední době stává čím dál tím prominentnějším. Jak vysvětluje například na média specializovaný server *Fipp.com*: „Jednoduše řečeno, pakliže se zpravodajský obsah soustředí na ‚kdo, co, kdy a kde‘, vysvětlovací žurnalistika se snaží informovat čtenáře ‚jak a proč‘.“¹²⁰ O tento typ žurnalistiky je stále větší zájem, protože v éře internetu už zpravodajským serverům nestačí produkovat pouhý zpravodajský obsah, „novinky“, které se pravděpodobně budou obsahově shodovat s konkurencí. Novináři se tedy snaží poskytnout přidanou hodnotu, vysvětlení, komplexní zasvěcení do problému – a pozoruhodné je, že k tomu často využívají humor.

Jedním z dobrých příkladů vysvětlovací žurnalistiky je sekce *Pass Notes* britského deníku *The Guardian*. Ta se snaží na relativně krátkém prostoru zasvětit čtenáře do problémů, o kterých se často ani nedá říct, že by byly společensky významné. V titulcích si ovšem lze velmi často povšimnout právě slov „jak“ a „proč“: „Vypočíte to: jak se tvoří umění z vlastních tělesných tekutin“, vysvětluje článek z 12. listopadu 2018. „Odpalte špunty: Proč jsou vinice v Essexu nejlepší pro bublinkové víno“, zní jiný titulek.¹²¹ Další článek se zase hlouběji věnuje spatření pozoruhodného vesmírného tělesa „Oumuamua“ v roce 2017 a vysvětluje názory některých vědců, že se jedná o mimozemšťany vytvořený objekt.¹²²

Při pravidelném sledování této rubriky vychází najevo, že vysvětlovací žurnalistika rozhodně

¹¹⁹ AUCCOIN, James. *The evolution of American investigative journalism*, s. 18.

¹²⁰ NORRIS, Ashley. What is explainer journalism? *Fipp* [online]. 1. 6. 2015 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.fipp.com/news/opinion/what-is-explainer-journalism>

¹²¹ Pass Notes. *The Guardian* [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/news/series/pass-notes>

¹²² Do scientists really think ‘Oumuamua is an alien spaceship? *The Guardian* [online]. 7. 11. 2018 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/science/shortcuts/2018/nov/07/oumuamua-alien-spaceship-scientists-harvard-professors>

nemusí mít jen podobu suché analýzy všech dostupných faktů – novináři *The Guardian* pracují s metodou fiktivního, lehkovážného rozhovoru mezi čtenářem a autorem, který přesto poskytne všechny důležité informace.

Za momentálního lídra vysvětlovací žurnalistiky je možné považovat server *Vox*. V době psaní této kapitoly¹²³ se na jeho hlavní stránce nacházely čtyři články s podtitulem „*Explained*“ („*Vysvětleno*“) a byly to články s humornými, popkulturními i zcela vážnými tématy: „*Brusinková šťáva v konzervě, vysvětleno*“, „*Bláznivý příběhový zvrát ve filmu Fantastická zvířata: Grindelwaldovy zločiny, vysvětleno*.“ a „*Mnoho možných výsledků brexitu, vysvětleno*“. K tomu publikuje *Vox* také každodenní podcast „*Dnešní den, vysvětleno*“. Navíc existuje speciální rubrika *Explainers*, která tento obsah sdružuje na jednom místě.¹²⁴ Pozoruhodným případem je pak vysvětlení akvizice serveru *Re/code* samotným prezidentem společnosti *Vox Media*, Jimem Bankoffem, v článku „*Dohoda mezi Vox a Media-Re/code, vysvětleno výkonným ředitelem Vox Media*“.¹²⁵

Význam tohoto typu novinářské tvorby dokazují i další seriózní weby, které se mu věnují: dceřiná společnost *Voxu*, *The Verge*, pod *ABC News* spadající *FiveThirtyEight*, *The Upshot* od *The New York Times* nebo magazín *The Atlantic*.

Důležitost tohoto druhu žurnalistiky a její rostoucí relevanci vysvětluje v článku pro server *Journalism.co.uk* Adam Tinworth. Tvrdí, že média se v online prostředí zbytečně moc soustředí na klasické zpravodajství a zanedbávají jiné druhy obsahu, které „*mají dlouhodobější hodnotu*“ – tedy ke kterým se lidé vrátí i za několik dní, měsíců či let, na rozdíl od zpravodajských článků o konkrétních událostech, které jsou relevantní jen bezprostředně po svém vydání. „*Ve většině společností, kde jsem pracoval, lidé očekávali, že 70 % návštěvnosti bude směřovat k novinkám*

¹²³ 22. 11. 2018.

¹²⁴ Explainers. *Vox* [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.vox.com/explainers>

¹²⁵ KLEIN, Ezra. The Vox Media-Re/code deal, explained by Vox Media's CEO. *Vox* [online]. 26. 5. 2015 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2015/5/26/8663975/vox-media-recode-deal-explained>

a zbytek do archivu. Realita je obvykle přesně opačná,“ píše Tinworth. „*To je to, co trend ‚vysvětlovací žurnalistiky‘ skutečně představuje. Je to vrchol ledovce webového obsahu, kterému se daří v digitálním prostředí.*“¹²⁶

Kromě přidané hodnoty toho, že se k obsahu tohoto typu čtenáři vracejí častěji než k běžnému zpravodajství, zvyšuje důležitost vysvětlovací žurnalistiky ještě jeden faktor – obtížné porozumění světu v tekutých časech, o nichž již byla řeč v předchozí části této práce. Je potřeba se zorientovat v čím dál tím složitějším světě nových technologií, konvergence a stírajících se hranic mezi dříve jasně rozlišitelnými typy mediálního obsahu. Je tedy přirozené, že existuje poptávka po mediálním obsahu, který čtenáře či diváka provede nějakou problematikou, automaticky nepředpokládá její předešlou znalost, nebojí se zacházet do nuancí a aktualita v něm není klíčovým požadavkem.

Dalo by se říct, že vysvětlovací žurnalistika není pouhým produktem, doplňkovou službou, která stojí ve stínu tradičního zpravodajství – mnohdy může jít o filozofii celého média, o celkovou strategii, o způsob, na němž je možné vybudovat značku, jak to ukazuje právě server *Vox*.¹²⁷

4. 3. 3 Konstruktivní žurnalistika

Na pomezí klasické žurnalistiky a politického aktivismu se nachází odnož v angličtině označovaná jako „constructive journalism“ nebo „solutions journalism“, pro potřeby této práce „konstruktivní žurnalistika“. Ta se nezabývá nezaujatým popisem nějakého problému, jaký lze vidět v běžných reportážích či analýzách, ale řešeními onoho problému. Podle Aitamurtové a Varmaové jsou klíčové ukazatele tohoto druhu žurnalistiky následující: „*Soustředění se na řešení společenských problémů, ideál společenského rozvoje, reportážní praxe orientovaná na*

¹²⁶ TINWORTH, Adam. We haven't even scratched surface of explainer journalism. *Journalism.co.uk* [online]. 29. 4. 2014 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.journalism.co.uk/news-commentary/-we-haven-t-even-scratched-surface-of-explainer-journalism-/s6/a556585/>

¹²⁷ *Vox* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.vox.com/>

naději, vysoká míra intervencionismu.“¹²⁸ Sám novinář praktikující konstruktivní žurnalistiku se tak stává někým, kdo se otevřeně snaží něco změnit – svět, společnost nebo třeba jediný aspekt jediné komunity. Je aktérem spíše než pozorovatelem.

Výběr témat konstruktivního žurnalisty by neměl být založený na negativitě, krizích a konfliktech, jak tomu bývá zvykem u běžného zpravodajství – důležitý je pozitivní přístup, jak píšou Mast, Coesemans a Temmermannová: „*Obhájci konstruktivní žurnalistiky podporují alternativní, více inkluzivní a odpovědné praktikování žurnalistiky, které při zjišťování a sdělování novinek aktivně hledá pozitivní hodnoty a emoce a vypichuje možná řešení, čímž přináší kladné, inspirativní a často dosud neznámé příběhy.*“¹²⁹

Takovým přístupem novinář může do jisté míry poškodit iluzi objektivity, ačkoli někteří podporovatelé konstruktivního žurnalistiky tvrdí, že „*objektivně pokrývají řešení, aniž by je doporučovali*“.¹³⁰ Konstruktivní žurnalistika může být charakterizována jako „*zprávy, které stimulují lidi k tomu, aby vykonávali pozitivní činy, inspirují a nabízejí řešení namísto problémů. (...) Jsou orientované na budoucnost s aktivními záměry.*“¹³¹

Konstruktivní žurnalistika je odmítnutím známé fráze „if it bleeds, it leads“, která ilustruje zaměření médií, a to nejen těch bulvárních, nýbrž i seriózních a respektovaných publikací, na katastrofy a další negativní události.¹³² Dobrým příkladem funkční konstruktivní žurnalistiky v praxi je sekce „*Impact*“ serveru *Huffington Post*¹³³ a v některých případech právě i pořady typu late night show, jejichž propojení s tímto přístupem blíže prozkoumají jednotlivé

¹²⁸ AITAMURTO, Tanja a Anita VARMA. The Constructive Role of Journalism. *Journalism Practice*. 2018, **12**(6), 695-713. DOI: 10.1080/17512786.2018.1473041, s. 1.

¹²⁹ MAST, Jelle, Roel COESEMANNS a Martina TEMMERMAN. Constructive journalism: Concepts, practices, and discourses. *Journalism*. 2018, **20**(4), 492-503. DOI: 10.1177/1464884918770885, s. 3.

¹³⁰ AITAMURTO, Tanja a Anita VARMA. The Constructive Role of Journalism, s. 1.

¹³¹ MAST, Jelle, Roel COESEMANNS a Martina TEMMERMAN. Constructive journalism: Concepts, practices, and discourses, s. 5.

¹³² Constructive Journalism. *World's Best News* [online]. [cit. 2018-11-20]. Dostupné z: <https://worldsbestnews.org/constructive-journalism/>

¹³³ Impact. *Huffington post* [online]. [cit. 2018-11-20]. Dostupné z: <https://www.huffingtonpost.com/section/impact>

případové studie.

Lze konstatovat, že late night show jsou pro konstruktivní žurnalistiku velice kompatibilním formátem. Silná osobnost moderátora si může dovolit navrhnout a doporučit řešení problémů s jistou mírou autority. Daná řešení nemusí zachovávat striktní neutralitu, neboť diváci late night show jsou zvyklí na určitou stranickou zaujatost, ve Spojených státech většinou liberální/levicovou. A pozitivní přístup, který konstruktivní žurnalisté preferují, prokazuje synergii s humorem a veselou náladou, kterou se tyto pořady ve valné většině případů snaží navodit.

5 Metodologie práce

Pro zodpovězení otázky, jaká je míra konvergence tradiční žurnalistiky a jejích postupů s postupy, žánry a metodami, které využívají pořady typu late night show, a jakými způsoby k ní dochází, bylo třeba důkladně prozkoumat několik pořadů tohoto typu, zjistit, jaké vykazují charakteristiky, nakolik využívají existující novinářské žánry a také je porovnat mezi sebou. K tomuto účelu jsou v práci využity především kvalitativní metody, které, jak píše například český sociolog Jan Hendl, umožňují důkladnou analýzu jednotlivých případů a jejich detailní srovnání, což je analytický přístup, který se pro tuto práci jeví jako nejvhodnější.¹³⁴

Pro dosažení podrobného pohledu beroucího v úvahu co možná nejvíc rozdílných proměnných, které se u zkoumaných subjektů vyskytují, byla zvolena metoda případové studie, která umožňuje dopodrobna prozkoumat jeden případ a jeho charakteristiky, a je-li případových studií více, také jejich vzájemnou komparaci.¹³⁵

Vzhledem k širokému záběru zkoumané materie je obtížné stanovit jednu definitivní metodu, kterou by bylo vhodné jednotlivé případy analyzovat, zvláště když se tyto případové studie věnují tak proměnlivému a mnohovrstevnatému žánru, jakým je late night show. V práci tak dochází ke kombinaci několika různých metod, z nichž ta nejprominentnější je sémioticko-strukturální analýza tak, jak ji definuje Renáta Sedláková.¹³⁶ Tato metoda umožňuje zkoumání struktury i významů daných textů, aniž by spoléhala na přesně kvantifikovatelné veličiny odhalované kvantitativním výzkumem. Umožňuje vymezit postupy, žánry a metody, které pořady využívají, sledovat jejich vzájemné přesahy a zachytit využívání takových prvků, jako je humor či ironie.

Metody kvantitativního výzkumu byly nicméně v práci také využity, a to ve formě prvků

¹³⁴ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9, s. 49.

¹³⁵ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*, s. 101.

¹³⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 296.

kvantitativní analýzy mediálních obsahů, která dle Sedlákové „bývá často kombinována s kvalitativními a analytickými technikami,“¹³⁷ přičemž popisuje „zjevný obsah komunikace.“¹³⁸ Prvky této metody byly využity pro stanovení počtů výskytu konkrétních měřitelných jevů, aby byla získána představa o jejich důležitosti v rámci konkrétních pořadů.

Práce dále využívá komparativní analýzu, která se vyznačuje porovnáváním srovnatelných předmětů zkoumání v jednom časovém období, nikoliv jednoho předmětu v různých časových obdobích, jak popisuje Arthur A. Berger (jinak řečeno, je to analýza synchronní, nikoli diachronní).¹³⁹ Pro komparaci jsou využity poznatky získané ze sémioticko-strukturální analýzy i analýzy obsahu, přičemž jejich výsledky jsou vztahovány k širšímu kontextu zkoumaného žánru.

Případové studie, které prozkoumají různé pořady žánru late night show, jsou tři. Výběr programů probíhal s cílem, aby práce postihla a porovнала různé přístupy k žánru late night show. Odlišnosti vybraných subjektů jsou evidentní – týkají se osoby moderátora, délky existence i samotné formy pořadu. Moderátorem a ústředním představitelem *The Late Show with Stephen Colbert* je zkušený bavič Stephen Colbert, který na americké mediální scéně působí již přes dvě dekády. *The Daily Show* je historicky jedním z nejúspěšnějších pořadů tohoto žánru, ovšem jihoafrický moderátor Trevor Noah v něm působí teprve od roku 2015 a je tedy relativním nováčkem. *Last Week Tonight with John Oliver* je nejmladším z vybraných pořadů a přistupuje k zavedenému žánru jinak, než bývalo v minulosti zvykem, čímž k sobě přitahuje velký mediální a společenský zájem, jak je patrné ze zdrojů uvedených v teoretické části, které Olivera označují za novináře. Proto je vhodné mu věnovat speciální pozornost a porovnat jeho nezvyklý přístup s tradičnějšími pořady žánru late night show, mezi něž patří jak

¹³⁷ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*, s. 291.

¹³⁸ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*., s. 329.

¹³⁹ BERGER, Arthur Asa. *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Los Angeles: Sage, 2016. ISBN 978-1-4833-7756-8, s. 324.

The Late Show, tak *The Daily Show*.

5. 1 Výzkumné otázky a hypotézy

Práce se zaměří na zkoumané pořady v posledních třech letech (2017–2019). Toto období je ovšem pro některé výzkumné účely příliš rozsáhlé. Podrobné studium jednotlivých dílů, které zachytí běžné fungování pořadů, se tedy bude soustředit vždy na deset dílů z nedávné doby – v případě *Last Week Tonight* to bude prvních deset dílů současné 6. série,¹⁴⁰ v případě *The Daily Show*¹⁴¹ a *The Late Show*¹⁴² půjde o prvních deset dílů z prosince 2019, protože tyto pořady na rozdíl od *Last Week Tonight* nepracují se strukturou jasně oddělených sérií. Jde o náhodný výběr vzorků, jejichž cílem je právě popis běžného fungování pořadu, nikoliv zpracování konkrétních událostí. Jeden z takto zkoumaných dílů bude opět náhodně vybrán jako ukázka struktury pořadu. Obsah spadající do zbytku tříletého období bude využíván při zkoumání dlouhodobějších trendů a obecných hypotéz. V některých případech práce zamíří i mimo stanovené tříleté období dále do minulosti, aby upozornila na některé jinak neodhalitelné trendy či charakteristiky.

5. 1. 1 Novinářské postupy

Každá případová studie se nejprve bude věnovat hledání odpovědí na výzkumné otázky související s využitými novinářskými postupy, které jsou zastoupeny především rešerší. Metoda jejího zkoumání je podrobně rozebrána níže.

5. 1. 1. 1 Rešerše

V teoretické části této práce bylo stanoveno, že vlastní rešerše a kontrola dostupných faktů tvoří důležitou součást práce většiny týmů pracujících na amerických late night show. Nyní je nutné stanovit konkrétní hypotézy a výzkumné otázky, pomocí nichž můžeme rešeršní práci

¹⁴⁰ *Last Week Tonight with John Oliver*. 6. série, epizody S6E1–S6E10 [televizní pořad]. New York: HBO, únor–květen 2019. Dostupné z: <https://www.hbo.com/last-week-tonight-with-john-oliver>

¹⁴¹ *The Daily Show with Trevor Noah*. Epizody 3342–3351 [televizní pořad]. New York: Comedy Central, prosinec 2019. Dostupné z: <http://www.cc.com/shows/the-daily-show-with-trevor-noah>

¹⁴² *The Late Show with Stephen Colbert*. Epizody 843–852 [televizní pořad]. New York: CBS, prosinec 2019

posuzovat. Tyto otázky se týkají sběru informací (výzkumné otázky 1.1–1.4) a jejich prezentování veřejnosti (výzkumné otázky 1.5–1.7). Dodatečné otázky se věnují investigativní praxi (výzkumné otázky 1.8 a 1.9). V případě otázky 1.5, respektive její části věnující se důvěryhodnosti zobrazených médií, se práce zaměří výhradně na to, zda se mezi zdroji nevyskytují známé konspirační zdroje či zdroje produkující falešné zprávy. Mainstreamová média budou obecně považována za důvěryhodná.

Výzkumná otázka 1.1: Byly pro rešerši využity archivní materiály jiných médií?

Výzkumná otázka 1.2: Byla pro rešerši využita veřejně dostupná oficiální databáze, např. státní či městské archivy?

Výzkumná otázka 1.3: Byl pro rešerši využit osobní či elektronický kontakt se zkoumanou osobou či s osobou zodpovědnou za zkoumaný jev?

Výzkumná otázka 1.4: Byla pro rešerši využita skrytá kamera?

Výzkumná otázka 1.5: Obsahy kterých médií či jiných organizací byly viditelné na obrazovce? Jak často? Lze tato média považovat za důvěryhodná?

Výzkumná otázka 1.6: Byl při prezentování obsahu jiných médií na obrazovce jasně viditelný zdroj?

Výzkumná otázka 1.7: Zmínil moderátor zdroj explicitně?

Výzkumná otázka 1.8: Odhaluje rešerše informace, které se někdo snaží skrývat nebo by jinak nevešly v známost?

Výzkumná otázka 1.9: Odhaluje rešerše podvodné jednání, korupci nebo zdravotní riziko?

Hypotéza 1: Zkoumané pořady late night show prokážou vysoký stupeň profesionality při provádění novinářské rešerše, protože čerpají z velkého počtu zdrojů a původ těchto zdrojů je divákovi přehledně prezentován.

5. 1. 2 Novinářské žánry

Jak bylo stanoveno v teoretické části této práce, pořady late night show jsou charakterizované jistým stupněm multižánrovosti. Na obecné rovině se tedy tato práce ptá, zdali zkoumané pořady odpovídají této definici.

Výzkumná otázka 2.1: Prokazuje se v jednom díle přítomnost více žánrů? Jaké to jsou?

Hypotéza 2: Ve všech zkoumaných pořadech typu late night show nalezneme ve 100 procentech zkoumaných epizod více než jeden žánr.

Další výzkumné otázky a hypotézy se týkají jednotlivých žánrů.

5. 1. 2. 1 *Tematický monolog*

Monologické vystoupení moderátora tvoří ústřední součást téměř každého pořadu late night show. Výzkumem je nutné zjistit, jestli to platí i pro zkoumané pořady, jak tyto monology případně probíhají a jaký je obsah jejich sdělení. Zvláštní pozornost tak musí být věnována tématům monologů, která je možné rozdělit do čtyř kategorií:

1. politické – zabývá se politikou, politiky, volbami, politickými procesy
2. popkulturní – zabývá se kulturou, filmy, herci, zpěváky
3. sociální – zabývá se společensky důležitým problémem, který nelze definovat jako politický
4. jiné – zabývá se jiným tématem

Jak bylo stanoveno v podkapitole 4.2.4, tematický monolog moderátora je možné považovat za formu audiovizuálního komentáře. Pro komentář je klíčové „zdrojování“ – tedy doklad informačních zdrojů, na nichž komentátor zakládá své argumenty. Proto je zároveň s níže uvedenými výzkumnými otázkami 3.1 až 3.7 vhodné při zkoumání monologu brát v úvahu výzkumné otázky 1.5, 1.6 a 1.7.

Výzkumná otázka 3.1: Vyskytuje se v pořadu jeden nebo více tematických monologů moderátora?

Výzkumná otázka 3.2: Jaká je délka tematického monologu? Jak velkou část epizody tvoří?

Výzkumná otázka 3.3: Je monolog přerušovaný doplňujícími materiály, nebo jde o jediný nepřerušovaný záběr na moderátora?

Výzkumná otázka 3.4: Jakému tématu se věnuje monolog moderátora? Jde o téma „politické“, „kulturní“, „sociální“, nebo „jiné“?

Výzkumná otázka 3.5: Týká se téma ústředního monologu aktuální kauzy probírané zpravodajskými médii?

Výzkumná otázka 3.6: Dochází k podrobnému vysvětlení problematiky? Odpovídá monolog na otázky „jak?“ a „proč“?

Výzkumná otázka 3.7: Řeší-li monolog nějaký problém, navrhuje jeho řešení?
Navrhuje jich více, nebo jen jedno?

Hypotéza 3: Ve všech zkoumaných pořadech typu late night show nalezneme ve 100 procentech zkoumaných epizod monolog moderátora. Významnou úlohu v něm budou hrát politická témata a společenské problémy.

5. 1. 2. 2 *Reportáž*

Dalším žánrem, který se v late night show může vyskytovat, je reportáž. V případě tohoto žánru je třeba prozkoumat opět téma reportáže, stejně jako v případě moderátorova monologu. Dále je nutné se, jak už naznačila teoretická část, věnovat objektivitě reportáže. Tento žánr sice vyžaduje jistou subjektivitu ze strany reportéra, ale nemělo by docházet k vyložené jednostrannému výkladu událostí, který nepřipouští rozdílné interpretace.

Výzkumná otázka 4.1: Vyskytuje se v pořadu jedna nebo více reportáží?

Výzkumná otázka 4.2: Jaké je téma reportáže?

Výzkumná otázka 4.3: Popisuje reportér své vlastní pocity?

Výzkumná otázka 4.4: Zachycuje reportáž výpovědi obou stran případného konfliktu?

Výzkumná otázka 4.5: Dochází k podrobnému vysvětlení problematiky? Odpovídá reportáž na otázky „jak?“ a „proč?“

Výzkumná otázka 4.6: Řeší-li reportáž nějaký problém, navrhuje jeho řešení?

Navrhuje jich více, nebo jen jedno?

Hypotéza 4: Ve zkoumaných pořadech se budou často, ale ne ve všech epizodách, vyskytovat reportáže. Budou splňovat žurnalistické normy objektivity a nestrannosti.

5. 1. 2. 3 Interview

Interview je žánr nejčastěji spojovaný s pořady typu talk show, ale v late night show se nevyskytuje vždy. Je tedy třeba zjistit, jaká je frekvence jeho výskytu ve zkoumaných pořadech. Také je třeba definovat jeho podobu a pokusit se zachytit celkový tón – vážný (pověštinou bez žertů a humoru), nebo odlehčený (s výraznými prvky žertů a humoru).

Dále je nutné stanovit, s jakým hostem je rozhovor veden a posoudit, jaká je úroveň jeho společenské prestiže. Jak bylo uvedeno výše, v žánru interview se tradičně nejvyšší prestiž připisuje politickým činitelům.¹⁴³ Pro účely této práce je vhodné opět použít dělení témat nastavené v případě monologu moderátora, tedy:

1. politické – zabývá se politikou, politiky, volbami, politickými procesy
2. popkulturní – zabývá se kulturou, filmy, herci, zpěváky
3. sociální – zabývá se společensky důležitým problémem, který nelze definovat jako politický

¹⁴³ RUß-MOHL, Stephan, 2005. Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. Praha: Grada. ISBN 80-247-0158-8., s. 157

4. jiné – zabývá se jiným tématem

Výzkumná otázka 5.1: Vyskytuje se v pořadu jedno nebo více interview?

Výzkumná otázka 5.2: Je interview vysílané v podobě nerozeznatelné od živého vysílání, nebo dochází ke zřejmé editaci skrz střihy?

Výzkumná otázka 5.3: Je tón interview vážný, nebo odlehčený?

Výzkumná otázka 5.4: Kdo je hostem interview?

Výzkumná otázka 5.5: Jaké je téma interview? Jde o téma „politické“, „popkulturní“, „sociální“, nebo „jiné“?

Výzkumná otázka 5.6: Řeší-li interview nějaký problém, navrhuje také jeho řešení?
Navrhuje jich více, nebo jen jedno?

Hypotéza 5: Ve zkoumaných pořadech se budou často, ale ne ve všech epizodách, vyskytovat interview. Objeví se mezi nimi i vážná interview s prestižními hosty.

5. 1. 3 Novinářské formy

5. 1. 3. 1 *Investigativní žurnalistika*

Investigativní žurnalistika již v této práci byla popsána jako „*obzvláště dlouhá a důkladná rešerše*“. Základem odpovědi na otázku, zda lze zkoumané pořady popsat jako investigativně žurnalistické, jsou tedy výzkumné otázky 1.1–1.9, především 1.8 a 1.9, které se dotazují přímo na parametry spojené s definicí investigativní práce, jak byla uvedena v teoretické části. Přesto je vhodné kromě zkoumání rešeršní praxe zároveň pozorovat i další případné znaky investigativní žurnalistiky, objeví-li se v rámci jiných žánrů či postupů. Z toho důvodu je položena obecně formulovaná, doplňující výzkumná otázka.

Dá se předpokládat, že nejvyšší zastoupení investigativně žurnalistických postupů bude možné naleznout v rámci případové studie zkoumající pořad *Last Week Tonight with John Oliver*. Jeho týdenní periodicita by měla umožnit tvůrčímu týmu věnovat více pozornosti konkrétnímu problému a zaměřit se na jeho hlubší prozkoumání, než jak je tomu v případě druhých dvou

pořadů, které vycházejí výrazně častěji, s frekvencí přibližně čtyř dílů týdně.

Výzkumná otázka 6.1: Jaké znaky investigativní žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?

Hypotéza 6: Zkoumané pořady budou často, ale ne ve všech epizodách, vykazovat znaky investigativní žurnalistiky, spojené především s rešerší. Nejvíc těchto znaků bude patrných v pořadu *Last Week Tonight*.

5. 1. 3. 2 *Vysvětlovací žurnalistika*

Vysvětlovací žurnalistika se vyznačuje snahou poskytnout důkladné vysvětlení nějaké problematiky tak, aby se v ní zorientoval i divák a čtenář, který s ní původně nebyl seznámený. Tvůrci vysvětlovací žurnalistiky toho dosahují především pomocí odpovědí na otázky „jak?“ a „proč?“. Odpověď na otázku, zda zkoumané pořady vykazují rysy vysvětlovací žurnalistiky, je tedy nutné hledat ve výzkumných otázkách 3.6 a 4.5. Relevantní je i délka jednotlivých segmentů či skutečnost, zda pořad hovoří o originálním tématu, které paralelně nepokrývají zpravodajská média. Opět, stejně jako v případě investigativní žurnalistiky, bude položena doplňující výzkumná otázka pro případ, že by se další znaky vysvětlovací žurnalistiky vyskytovaly mimo definované hlavní žánry a postupy.

I v případě vysvětlovací žurnalistiky je pravděpodobné, že nejvíc jejích znaků bude vykazovat pořad *Last Week Tonight*, a to z důvodů uvedených výše.

Výzkumná otázka 7.1: Jaké znaky vysvětlovací žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?

Hypotéza 7: Zkoumané pořady budou často, ale ne ve všech epizodách, vykazovat znaky vysvětlovací žurnalistiky spojené především s žánry moderátora monologu, reportáže a interview. Nejvíc těchto znaků bude patrných v pořadu *Last Week Tonight*.

5. 1. 3. 3 *Konstruktivní žurnalistika*

Konstruktivní žurnalistika, tak, jak je v této práci definována, se zabývá navrhováním řešení a pozitivním, proaktivním přístupem při tomto navrhování. Prokazuje vysoký stupeň intervencionismu: takový žurnalista je aktérem spíše než pozorovatelem, klidně i na úkor novinářské objektivity.

Podle některých názorů uvedených v teoretické části ovšem pro zařazení ke konstruktivní žurnalistice nestačí pouze samotné navrhování řešení – oněch řešení by mělo být navrženo víc a až divák či čtenář by si měl mezi nimi sám zvolit. Proto je při zkoumání odpovědí na výzkumné otázky 3.7, 4.6 a 5.6 nutné věnovat pozornost jak první, tak druhé části otázky, aby bylo možné co nejpřesněji určit stupeň konvergence mezi konstruktivní žurnalistikou a zkoumanými pořady typu *late night show*.

Stejně jako v případě investigativní a vysvětlovací žurnalistiky bude stanovena obecná, doplňující výzkumná otázka pro případ, že by některá relevantní zjištění spadala mimo záběr zmiňovaných výzkumných otázek. Lze opět očekávat, že nejvyšší stupeň konvergence vykáže pořad *Last Week Tonight*, a to z již několikrát zmiňovaných důvodů.

Výzkumná otázka 8.1: Jaké znaky konstruktivní žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?

Hypotéza 8: Zkoumané pořady budou často, ale ne ve všech epizodách, vykazovat znaky konstruktivní žurnalistiky spojené především s žánry moderátorova monologu, reportáže a interview. Nejvíc těchto znaků bude patrných v pořadu *Last Week Tonight*.

5. 1. 4 **Závěrečná hypotéza**

Zodpovězení všech výzkumných otázek a vyhodnocení pravdivosti všech hypotéz by mělo poskytnout detailní představu o tom, jak často a jakým způsobem zkoumané pořady *late night show* využívají žurnalistické postupy a žánry. Taktéž by mělo být zřejmé, zda jde jednotlivé pořady zařadit k jedné ze tří žurnalistických forem definovaných výše. Výsledek tohoto

zkoumání tedy naznačí míru konvergence mezi těmito pořady a žurnalistickou praxí.

Hypotéza 9: Všechny zkoumané pořady typu late night show budou vykazovat vysoký stupeň konvergence s žurnalistickými postupy, žánry a formami.

6 Případové studie

6.1 Last Week Tonight with John Oliver

Last Week Tonight with John Oliver, v českém překladu *John Oliver: Co týden dal a vzal*, je americká late night show vysílaná od roku 2014 na televizní stanici HBO a na její streamovací službě HBO Go, přičemž hlavní monologový segment každého dílu je zároveň umístěn na YouTube, kde je bezplatně k zhlédnutí.¹⁴⁴ Prozatím vzniklo 6 sérií typicky o počtu 30 zhruba půlhodinových dílů vysílaných s týdenní periodicitou. První a druhá série jsou výjimkami z pravidla (první série obsahovala 24 epizod, druhá 35).¹⁴⁵

Last Week Tonight se týdenní periodicitou odlišuje od předchozí late night show, v níž britský komik John Oliver vystupoval, *The Daily Show*, jinak je ovšem formát poměrně podobný. Silná osobnost moderátora pomocí monologů, rozhovorů a předpřipravených videosegmentů provází diváky americkými i světovými událostmi a komentuje je, velmi často za použití satiry a humoru.

6.1.1 Struktura pořadu

Jako příklad typické struktury pořadu bude použita 7. epizoda 6. série s hlavním tématem „Mobilní domovy“. Její struktura vypadá takto:

1. **Úvodní znělka** a krátké přivítání publika. (*Celková stopáž: 40 vteřin*)
2. Oliver se věnuje **rekapitulaci událostí minulého týdne**: Boj o to, kdo se stane novým šéfem Federálního rezervního systému Spojených států amerických (*stopáž: 7 minut, 19 vteřin*); Skandál starostky města Baltimore (*stopáž: 4*

¹⁴⁴ Last Week Tonight. Videos. In: *YouTube* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/LastWeekTonight/videos>

¹⁴⁵ *Last Week Tonight with John Oliver*. [televizní pořad]. New York: HBO, 2014–2019. Dostupné z: <https://www.hbo.com/last-week-tonight-with-john-oliver>

minuty, 10 vteřin). Oliver prokládá svůj humorný komentář ilustračními videi a obrázky. *(Celková stopáž: 11 minut, 29 vteřin)*

3. Segment „**And now, this**“: Čistě komediální vložka týkající se americké reality show *Divorce Court*. *(Celková stopáž: 58 vteřin)*
4. **Ústřední tematický monolog**: Oliver od základu vysvětluje koncept mobilních domovů včetně ilustrační dobové reklamy *(stopáž: 1 minuta, 30 vteřin)*; Oliver nastiňuje problém zvyšujícího se nájmu mobilních domovů, prokládá monolog sestřihem reportáže lokálního televizního kanálu na toto téma *(stopáž: 1 minuta, 4 vteřin)*; Oliver se věnuje důvodům tohoto problému a jeho viníkům, v tomto případě společností Clayton Homes a Carlyle Group a podnikateli Franku Rolfovi, a prokládá svůj monolog reklamou na mobilní domovy od Clayton Homes a reportážemi jiných médií, které se věnují obětem predátorského chování této firmy *(stopáž: 9 minut, 54 vteřin)*; Oliver navrhuje několik možných řešení tohoto problému, například společnou akci nájemníků ve spolupráci se specializovanými neziskovými organizacemi, a apeluje na potenciální nájemníky, aby se vyvarovali jednání se zmíněnými právními subjekty *(stopáž: 54 vteřin)*; parodie na dobovou reklamu z počátku segmentu natočená ve zcela stejném stylu, ale tentokrát upřímně upozorňující na všechna rizika mobilních domovů *(stopáž: 1 minuta, 21 vteřin)*. *(Celková stopáž: 14 minut, 43 vteřin)*
5. Rozloučení a **titulky**. *(Celková stopáž: 29 vteřin)*

6. 1. 2 Humor a infotainment v *Last Week Tonight*

Last Week Tonight se nijak nevymyká v této práci mnohokrát zmiňovanému pravidlu, že humor je pro žánr late night show zcela klíčovým prvkem. Na Oliverovy monology se dá nahlížet jako na zdroj informací a strážlivé analýzy z úst novinářské osobnosti i jako na sérii promyšlených

vtipů talentovaného komika. Vážné momenty se střídají s těmi humornými až zcela absurdními, a to často v rámci několika málo vteřin.

Například ústřední monolog 10. epizody 6. série, který se týká tematiky poprav zločinců ve Spojených státech, začíná téměř pythonovsky¹⁴⁶ – rozmluvou a videoklipem o roztomilé pištivé pouštní žábě. „*To je úžasná žába!*“ říká Oliver nadšeně. „*Nebylo by skvělé se o ní dneska večer něco víc dozvědět? Bohužel to nebude možné, protože se dneska ve skutečnosti budeme bavit o smrtících injekcích.*“¹⁴⁷

O několik minut později expert detailně popisuje, jak se cítí popravovaní vězni, které správně neumrtví první droga. Oliver to komentuje následovně: „*Ano. Můžete být kompletně při vědomí, nemůžete se hýbat ani komunikovat, cítíte se, jako byste se dusili, zatímco vám do žil vtéká oheň. A to je prý humánnější než elektrické křeslo, což je diskutabilní. Je to jako se ptát: Který z těchto filmů má více sexy počítačem generované postavy, Zootopia, nebo Příšerky s.r.o.? Asi Příšerky, ale není to jasné!*“¹⁴⁸

Last Week Tonight používá humor velmi často, i při probírání témat, u nichž by ve formátu běžného zpravodajství či publicistiky byl odlehčený tón absolutně nevhodný. Zároveň ale evidentně nejde o příklad popularizačního „zpitomění“ médií, o němž hovořila kapitola věnovaná infotainmentu. To se totiž vyznačuje nejen záměrnou zábavností a odlehčeností stylu, kterým jsou zprávy podávány, ale také výběrem odlehčených témat, soft news, která se budou divákům snadno konzumovat.

Tým Johna Olivera naopak velmi často cíleně vybírá témata obtížná a snaží se je i s pomocí humoru předat divákům ve stravitelné podobě. Může jít o témata obtížná morálně jako téma poprav smrtící injekcí, může jít o témata komplikovaná tím, že jsou pro běžného diváka

¹⁴⁶ Adjektivum odkazující na britskou komediální skupinu Monty Python

¹⁴⁷ *Last Week Tonight with John Oliver*. S6E10 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 5. 5. 2019

¹⁴⁸ Tamtéž

večerních amerických talk show uvyklého spíše rozhovorům s celebritami obtížně uchopitelná (22. díl 6. série se věnuje široké veřejnosti relativně neznámému politickému nástroji v americkém Kongresu, takzvanému „filibusteru“) či zdánlivě nezajímavá (17. díl 6. série pojednává o tématu práce ve skladištích).

Last Week Tonight v kratších segmentech pravidelně využívá i satirické elementy, například opakované vystoupení psů přestrojených za soudce amerického Nejvyššího soudu, a čistě komediální segmenty a skeče – parodie na reklamy a vtipné montáže. Například v 9. epizodě 6. série je významná část stopáže (12 minut, 51 vteřin, jen o 3 minuty kratší než ústřední segment o Muellerově zprávě¹⁴⁹) věnována japonské lidové postavičce Chiitan. Tým Johna Olivera poslal vlastního maskota na návštěvu do Japonska a natočil o tom humorný segment, za nímž se neskrývá žádné hlubší sdělení či společensky důležité téma a jde v podstatě o jeden rozsáhlý skeč o dvou plyšových postavičkách, z nichž jedna nese obličej samotného Johna Olivera.

6. 1. 3 Použití žurnalistických postupů

6. 1. 3. 1 Rešerše

Jak již bylo uvedeno v kapitole *Late night show jako zdroj informací*, týmy scenáristů v late night show typicky obsahují pozici kontrolora faktů a obvykle se v nich objevuje řada pracovníků s novinářským vzděláním. To platí i v případě *Last Week Tonight*. Mezi klíčové pracovníky patří Laura L. Griffin na pozici Senior News Producer, která předtím zastávala pozici Research Editor v *The New York Times* a Senior Editor v *New York Observer*.¹⁵⁰ Kromě ní na stejné pozici v rámci *Last Week Tonight* působí i Charles Wilson, taktéž bývalý Research Editor v *The New York Times*, profesor žurnalistiky na City University of New York a kontrolor

¹⁴⁹ Zpráva zvláštního vyšetřovatele Roberta Muellera, která měla za cíl odhalit vměšování Ruské federace do volebního procesu USA a podíl prezidenta Trumpa na tomto vměšování

¹⁵⁰ Laura L. Griffin. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/laura-l-griffin-4b81343/>

faktů pro *The New Yorker*,¹⁵¹ a Marian Wang, bývalá reportérka v *ProPublica*, která vystudovala žurnalistiku na prestižní Northwestern University.¹⁵²

Sám Oliver ovšem navzdory přítomnosti členů týmu s hlubokými zkušenostmi s novinářskou rešerší odmítá nálepku novináře. „Kdykoliv někdo o tomto pořadu chybně říká, že jde o žurnalistiku, jde o facku do tváře skutečným novinářům, na jejichž práci jsme závislí,“ říká moderátor ve 20. díle 3. série *Last Week Tonight*, v němž se jeho ústřední monolog dotýká právě žurnalistiky.¹⁵³ Rešerše, kterou jeho tým provádí v rámci přípravy na každý jednotlivý díl pořadu, silně stojí právě na využití již zveřejněných zpravodajských obsahů – v každém díle *Last Week Tonight* je Oliverův monolog ilustrován několika reportážemi, krátkými videoukázkami z cizího zdroje či statickými obrázky. Zdroje, které využívá, zahrnují státní i lokální televizní stanice z USA, stanice zahraniční (především z Velké Británie), tištěná média i oficiální státní archivy, jak ukazuje následující tabulka:

Tab. 1 - Výzkumná otázka 1.5: Obsahy kterých médií či jiných organizací byly viditelné na obrazovce? Jak často? Lze tato média považovat za důvěryhodná?

S6E1	Bílý dům 1x, C-Span 1x, CNN 2x, ABC 1x, News 12 1x, Channel 4 4x, Bloomberg 1x, BBC 3x, Vice 1x, Sky News 2x, CBC 1x, TRT World 1x, Soudní dvůr Evropské unie 1x; Důvěryhodná
S6E2	CNBC 1x, archiv státu Severní Karolína 1x, WBTW 1x, The New Yorker 1x, WRAL News 2x, CBS 2x, Inside Edition 2x, Pew Research Center 1x, AP 1x, SyFy 1x, TLC 1x, Meredith Show 4x, Fox News 1x, ABC 2x, Center for Disease Control and Prevention 1x, MSNBC 2x, CNN 1x, Sun Sentinel 1x; Důvěryhodná
S6E3	C-Span 2x, The New York Times 2x, Sky News 1x, NBC 8x, PBS 2x, ABC 2x, CNN 2x, Politico 1x, Oxford University 1x, Fox News 2x, Bloomberg 1x, snímek <i>The Industrial Revolution (1942)</i> 1x, <i>Retro Report</i> 1x, David Hoffman 1x, CBS 1x, Los Angeles Times 1x, <i>The Journal of Economic Perspectives</i> 1x, Brookings Institution 1x; Důvěryhodná
S6E4	BBC 1x, YouTube kanál <i>Squirting Mustard</i> 1x, AP 1x, NPR 1x, Twitter 2x, MSNBC 4x, Bílý dům 1x, C-Span 2x, CNN 1x, NBC 1x, ABC 2x, CBS 5x, Bloomberg 1x, Uživatelská dohoda se společností Credit One Bank 1x, Time

¹⁵¹ Charles Wilson. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/charles-wilson-01784a7/>

¹⁵² Marian Wang. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/marian-wang-592b2911/>

¹⁵³ *Last Week Tonight with John Oliver*. S3E20 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 7. 8. 2016.

	Magazine 1x, PBS 1x, Federal Communications Commission 1x; Důvěryhodná
S6E5	CNN 6x, The New York Times 1x, Channel 4 2x, Parlament Spojeného království 1x, Sky News 1x, NPR 1x, BBC 1x, Express 1x, Fox News 9x, CBS 3x, GMA 2x, Twitter 1x, Media Matters 1x, NBC 7x, Today 3x, Retro Report 1x, The Starr Report 1x, Time Magazine 1x, ABC 1x; Důvěryhodná
S6E6	The Wall Street Journal 1x, C-Span 1x, CNN 2x, Fox News 4x, US Securities and Exchange Commission 2x, Forbes 1x, ABC 1x, film Hitman Hart: Wrestling with Shadows 1x, IRS (Internal Revenue Service) 1x, oficiální smlouva zaměstnanců WWE 2x, The Day 1x, podcast Art of Wrestling 1x, Twitter 2x, film Real Sports 2x, oficiální stránky WWE 2x, NBC 1x, USA Today 1x, film The Resurrection of Jake the Snake 1x; Důvěryhodná
S6E7	CNN 3x, NBC 1x, The Washington Post 2x, Fox News 1x, WJZ 1x, The Baltimore Sun 1x, WBAL TV 1x, ABC 1x, Apartment List 1x, WKRC TV 1x, YouTube: The Dave Ramsey Show 1x, The Seattle Times 1x, BuzzFeed News 1x, film That's How We Roll 2x, Pensions & Investments 1x, National Communities Council 1x, Bloomberg 1x, Twitter 1x; Důvěryhodná
S6E8	ITV 3x, Sky News 1x, NBC 2x, CNN 3x, The New York Times 2x, The Guardian 1x, Committee to Protect Journalists 1x, Fox News 3x, KTLA 1x, National Institute on Drug Abuse 1x, Charleston Gazette-Mail 1x, The Washington Post 1x, Los Angeles Times 1x, CBS 1x, soudní archiv státu Massachusetts 3x, ABC 1x, ProPublica 1x, NECN 1x, Stat News 1x, soudní archiv státu Kentucky 1x; Důvěryhodná
S6E9	Twitter 2x, ABC 1x, NBC 3x, CNN 2x, Muellerova zpráva 5x, CBS 1x, dopis vrchního státního zástupce Barra Kongresu 1x, C-Span 1x, The New York Times 2x, The Hill 1x, FindLaw 1x, Fox News 4x, WCNC 1x; Důvěryhodná
S6E10	CNN 4x, Daily Beast 1x, C-Span 1x, Channel Nine 2x, Facebook 1x, společnost Blue Star Line 1x, BBC 1x, archivy státu Wyoming 1x, Brennan Center for Justice 1x, studie Smart on Crime 1x, The Guardian 1x, Louisiana Public Broadcasting 1x, Fordham Law Review 2x, CBS 2x, BuzzFeed News 1x, The Intercept 1x, ProPublica 1x, Drugs.com 1x, The Washington Post 1x, NBC 1x, AP 1x, The New York Times 1x, AZ Central 1x; Důvěryhodná

Zdroje, z nichž pořad čerpal, byly ve většině případů na obrazovce jasně viditelné. V každém díle se vyskytl obsah, u něhož bylo nejasné, odkud pochází, ovšem takovýto obsah byl v jasné menšině, jak ukazuje následující tabulka:

Tab. 2 - Výzkumná otázka 1.6: Byl při prezentování obsahu jiných médií na obrazovce jasně viditelný zdroj?

	S6E1	S6E2	S6E3	S6E4	S6E5	S6E6	S6E7	S6E8	S6E9	S6E10
Ano	20	26	31	27	44	27	22	30	25	29
Ne	3	6	1	3	3	6	5	5	2	2

V případě zdrojů starších jednoho roku byl kromě jejich názvu uveden i rok vydání. *Last Week Tonight* takové starší zdroje využívá často, protože se nezabývá pouze aktuálními kauzami a při prozkoumávání ústředního tématu míří i do minulosti. Divák je tak v drtivé většině případů obeznámen s dobou původního vydání prezentovaného zdroje (viz obrazová příloha 1.1).

Moderátor většinou zdroj nezmínil explicitně a bylo možné jej identifikovat pouze vizuálně, jak ukazuje následující tabulka:

Tab. 3 - Výzkumná otázka 1.7: Zmínil moderátor zdroj explicitně?

S6E1	S6E2	S6E3	S6E4	S6E5	S6E6	S6E7	S6E8	S6E9	S6E10
Ne	Ano (1x)	Ano (1x)	Ano (1x)	Ano (1x)	Ne	Ano (2x)	Ano (3x)	Ano (1x)	Ne

Oficiální databáze, například soudní archivy států Kentucky a Massachusetts nebo archiv Bílého domu, byly využity v devíti z deseti zkoumaných epizod. To ukazuje, že ačkoliv tým *Last Week Tonight* do velké míry využívá obsahy jiných médií a dle Oliverových slov je na nich „závislý“, zároveň často využívá i zdroje primární. V některých epizodách dochází i k rešerši, při níž tým přímo kontaktuje osobu, která je předmětem šetření nebo je zodpovědná za zkoumaný jev, jako v případě epizody 7. Tým *Last Week Tonight* se přihlásil do online kurzu pořádaného podnikatelem Frankem Rolfe a v pořadu sdílel záběry ze semináře, kde se Rolfe přiznává k predátorským praktikám. Tým dále získal přístup k audioseminářům, kde Rolfe označuje své nájemníky za „rukojmi“.

Četnost takovýchto rešeršních postupů ukazuje následující tabulka:

Tab. 4 - Výzkumná otázka 1.2 a 1.3:

	1.2: Byla pro rešerši využita veřejně dostupná oficiální databáze, např. státní či městské archivy?	1.3: Byl pro rešerši využit osobní či elektronický kontakt se zkoumanou osobou či s osobou zodpovědnou za zkoumaný jev?
S6E1	Ano	Ne
S6E2	Ano	Ne
S6E3	Ne	Ne
S6E4	Ano	Ne
S6E5	Ano	Ano
S6E6	Ano	Ne
S6E7	Ano	Ano
S6E8	Ano	Ne
S6E9	Ano	Ne
S6E10	Ano	Ne

Je-li novinářská rešerše definována jako aktivita, v jejímž rámci je zapotřebí „najít nové informace, případně znovuobjevit ty staré a podívat se na ně z nového úhlu“,¹⁵⁴ mnohé epizody *Last Week Tonight* této definici zcela neodpovídají, protože s novými informacemi nepřicházejí a často spíš předávají vybrané produkty jiných médií ve srozumitelné či zábavné formě. Zda toto představuje onen „nový úhel“, je diskutabilní. V každém případě ovšem dochází k důkladnému ověřování prezentovaných informací, jak ukazuje článek serveru *Poynter*, v němž autor z osobní zkušenosti popisuje práci Laury L. Griffin,¹⁵⁵ či získávání vlastních informací investigativní cestou, které blíže prozkoumá podkapitola věnovaná investigativní žurnalistice v *Last Week Tonight*.

Pořad tedy při své rešerši využívá značné množství zdrojů, a to jak psaných, tak audiovizuálních, a tyto zdroje divákovi adekvátně prezentuje – v případě starších zdrojů včetně data jejich vydání. Kromě materiálu vyprodukovaných jinými médii často míří i k primárním zdrojům, buď přímo osobám, kterých se dané téma týká, nebo k oficiálním státním zdrojům či

¹⁵⁴ BERTRAND, Ina a Peter HUGHES. *Media Research Methods*, s. 20.

¹⁵⁵ EDMONDS, Rick. I was interviewed by ‘Last Week Tonight.’ Here’s why the show is journalism. *Poynter* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.poynter.org/newsletters/2016/i-was-interviewed-by-last-week-tonight-heres-why-the-show-is-journalism/>

databázím.

6. 1. 4 Novinářské žánry

Multižánrovost *Last Week Tonight* je oproti ostatním zkoumaným pořadům typu late night show méně patrná, neboť většina stopáže je vždy věnovaná tematickému monologu, který detailně pojedná první podkapitola. Tento monolog je vzácně doplněn interview s hostem, častěji komediálním výstupem či předpřipraveným videem s humornou náplní, téměř nikdy reportáží. Jedna z těchto variant se nicméně vyskytla ve všech deseti podrobně zkoumaných epizodách vedle monologu – žádnou z epizod nelze považovat pouze za tematický monolog s úvodem a závěrem.

6. 1. 4. 1 Tematický monolog

Moderátorův monolog v *Last Week Tonight* zaznívá od ústředního stolu na pódiu a je vždy doplněn vizuálními materiály: ve studiu se vedle Olivera objevují obrázky či grafy, které vidí i živé publikum přímo v sále, a často je obraz ze studia přerušen zprávou či reportáží jiného média (viz obrazová příloha 1.2). Dalo by se říct, že tento monolog tvoří jádro každého dílu, jak ukazuje následující tabulka:

Tab. 5 - Výzkumná otázka 3.2: Jaká je délka tematického monologu? Jak velkou část epizody tvoří?

S6E1	21 minut, 27 vteřin	71,7 % celkové stopáže epizody
S6E2	21 minut, 7 vteřin	70,7 % celkové stopáže epizody
S6E3	19 minut, 48 vteřin	66,3 % celkové stopáže epizody
S6E4	17 minut, 46 vteřin	59,5 % celkové stopáže epizody
S6E5	26 minut, 45 vteřin	71,3 % celkové stopáže epizody
S6E6	23 minut, 7 vteřin	77,2 % celkové stopáže epizody
S6E7	14 minut, 43 vteřin	50,5 % celkové stopáže epizody
S6E8	21 minut, 21 vteřin	74,4 % celkové stopáže epizody
S6E9	15 minut, 10 vteřin	50,7 % celkové stopáže epizody
S6E10	19 minut, 22 vteřin	66,7 % celkové stopáže epizody

Stopáž tematického monologu ve všech případech tvoří většinu celkové stopáže pořadu.

Tematický monolog tvoří „páteř“ každé epizody i tím způsobem, že jím probíranému tématu se

věnují i další segmenty, například interview či komediální sestřihy a skeče (pro ukázkou skeče viz obrazová příloha 1.3).

Pro ústřední monologový segment je typické střídání humoru a vážného tónu, vtipů a seriózní analýzy. Poslední zmiňovaná složka je klíčová, protože *Last Week Tonight* si pro ústřední monology zdaleka nevybírá pouze jednoduchá či obecně známá témata, nýbrž i ta společensky závažná a mnohdy nepříliš populární. To lze vidět v následující tabulce:

Tab. 6 - Výzkumná otázka 3.4: Jakému tématu se věnuje monolog? Jde o téma „politické“, „popkulturní“, „sociální“, nebo „jiné“?

S6E1	Brexit	Politické
S6E2	Falešní televizní věštci	Sociální
S6E3	Automatizace práce	Sociální
S6E4	Robotické hovory	Sociální
S6E5	Veřejné zostuzování	Sociální
S6E6	WWE (wrestling)	Popkulturní
S6E7	Mobilní domovy	Sociální
S6E8	Opiáty	Sociální
S6E9	Muellerova zpráva	Politické
S6E10	Smrtící injekce	Sociální

Jde o navzájem velice odlišná témata, která se zdaleka netýkají jen v žánru talk show oblíbené politiky a celebrit. Také je pozoruhodné, že v nich nehraje klíčovou roli aktualita, jak ukazuje následující tabulka:

Tab. 7 - Výzkumná otázka 3.5: Týká se téma tematického monologu aktuální kauzy probírané zpravodajskými médii?

S6E1	S6E2	S6E3	S6E4	S6E5	S6E6	S6E7	S6E8	S6E9	S6E10
Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ano	Ne

S výjimkou monologu věnovaného Muellerově zprávě, které se v době krátce po jejím zveřejnění věnovala většina amerických zpravodajských médií, probíraly monology témata, která by se dala charakterizovat jako dlouhodobé problémy, u nichž v poslední době nutně nedošlo k zásadní změně situace, která by přilákala pozornost zpravodajských médií. Spojovacím prvkem těchto témat je jejich společenská důležitost, a to ne nutně primárně pro

americké publikum (například brexitu se pořad věnoval opakovaně), a komplexita těchto témat, která vyžaduje, aby se prvních několik minut monologu věnovalo podrobnému vysvětlování dané problematiky.

Tým *Last Week Tonight* tedy ve většině případů zamířil „*below the headlines*“.¹⁵⁶ Ačkoliv využil cizí reportáže z různých časových období, výsledný celek není jen dalším příspěvkem do už probíhající debaty – do značné míry se snaží debatu sám vyvolávat.

Tematické monology v *Last Week Tonight* lze označit za ústřední součást celého pořadu, jejíž téma často ovlivňuje i ostatní segmenty. Monology se málokdy věnují aktuální kauze probírané zpravodajskými médii (to může být způsobeno i neobvyklou, týdenní periodicitou) a soustředí se spíše na dlouhodobě společensky důležitá témata, která vysvětlují, případně navrhují řešení určitého problému. Těmto aspektům monologů se budou podrobněji věnovat podkapitoly zaměřené na vysvětlovací a konstruktivní žurnalistiku v *Last Week Tonight*.

6. 1. 4. 2 *Reportáž*

Reportáž se neobjevila v žádném ze zkoumaných dílů *Last Week Tonight* a její celkové zastoupení v tomto pořadu je zcela minimální. Proto jí v této kapitole nebude věnována bližší pozornost.

6. 1. 4. 3 *Interview*

Last Week Tonight používá interview velmi vzácně. V deseti epizodách, které tato práce zkoumá podrobně, se objevilo pouze jednou, v 5. epizodě 6. série, kde proběhl rozhovor s aktivistkou Monicou Lewinsky (viz obrazová příloha 1.4).

V případě žánru interview je důležité zaměřit mimo podrobně zkoumaných 10 dílů a věnovat se i dílům z poměrně vzdálené minulosti. Na rozdíl od ostatních žánrů a postupů v této případové studii i v případových studiích, které budou následovat, totiž důležitost interview v *Last Week*

¹⁵⁶ Doslova „*pod titulky*“ – věnoval se problémům, které by čtenář nenašel v soudobých titulcích jiných médií.

Tonight doznala v průběhu let značných změn.

Napříč šesti sériemi se dohromady pouze v 55 % všech dílů (1. série: 63 %; 2. série: 68 %; 3. a 4. série: 53 %; 5. série: 43 %; 6. série: 50 %) objevil host. U většiny hostů se navíc jejich přítomnost nedá popsat jako interview. Znamé osobnosti, které si Oliver do pořadu zve, velmi často působí jako aktéři v různých skečích či parodických videích a mnohdy ani nejsou fyzicky přítomní. Například v 18. díle 4. série všichni hosté, Campbell Scott, Anna Kendrick, Michael McKean, James Cromwell a Laura Linney, jen ztvárnili role v předtočeném krátkém humorném filmu o bývalém americkém prezidentu Warrenu G. Hardingovi a ve studiu se osobně neobjevili.

Skutečná interview, tedy segmenty, v nichž Oliver delší dobu plynule diskutuje se svým hostem o určitém tématu, se objevila v následujících epizodách:

Tab. 8 – Interview v historii pořadu *Last Week Tonight*

Epizoda	Host
1. série, 1. epizoda	Keith Alexander, generál
1. série, 2. epizoda	Simon Ostrovsky, novinář
1. série, 3. epizoda	Fareed Zakaria, novinář
1. série, 7. epizoda	Stephen Hawking, vědec
1. série, 10. epizoda	Pepe Julian Onziema, aktivista
1. série, 21. epizoda	Mohammad Usafi, tlumočník
2. série, 8. epizoda	Edward Snowden, whistleblower
2. série, 33. epizoda	Bilal Chatman, bývalý vězeň
3. série, 7. epizoda	Steve Israel, politik
4. série, 4. epizoda	Dalajláma, duchovní vůdce
5. série, 18. epizoda	Anita Hill, právnička
6. série, 5. epizoda	Monica Lewinsky, aktivistka

Z tohoto seznamu je patrné, že v raných fázích pořadu existovala výraznější tendence věnovat část stopáže klasickému interview – objevilo se v prvních třech epizodách pořadu a v první sérii dohromady šestkrát. V dalších sériích už se zpravidla objevilo pouze jedno interview (s výjimkou druhé série, kde byla dvě). Stopáž, která se touto změnou uvolnila, napomohla existenci dlouhých tematických monologů, které mnohdy tvoří i 70 % celkové stopáže pořadu.

Interview v novějších sériích slouží především jako doplňující prvek ústředního monologu a zpravidla se věnuje stejnému tématu, tak, jako v případě 5. epizody 6. série, kde aktivistka Monica Lewinsky hovoří o online šikaně a veřejném zlostování, tedy centrálních tématech Oliverova monologu. Interview v prvních sériích se naopak často věnovala zcela jinému tématu než tematický monolog – rozhovor se Stephenem Hawkingem je součástí epizody, jejíž monolog se věnuje imigrační reformě.

Je nutno dodat, že i některá z interview uvedených výše jsou spíše předpřipravenými scénkami než skutečným, organicky plynoucím rozhovorem. Například setkání se slavným vědcem Stephenem Hawkingem v 7. epizodě 1. série je spíše skečem s evidentně předpřipravenými vtipy a Oliver se snaží především dosáhnout komického efektu. Ptá se Hawkinga na nesmyslné otázky, například: „*Je [tento rozhovor] ta největší čest, jaké se vám kdy dostalo?*“¹⁵⁷ Toto „interview“ silně připomíná cenou Emmy oceněnou satirickou show Zacha Galifianakise, *Between Two Ferns*.¹⁵⁸

Tón jiných rozhovorů je naproti tomu vážný. V interview s tlumočnickem Muhammadem Usafim, který v Afghánistánu pracoval pro americkou armádu a jeho otec byl v odvetě zavražděn extremisty, Oliver se svým hostem probírá nedostatečnou podporu, kterou místní tlumočníci dostávají od americké vlády. Podobně vážný je již zmiňovaný rozhovor s Monicou Lewinsky.

Ani jedno z v tabulce uvedených interview svou stopáží nepřesahuje pět minut, alespoň ne v původní televizní verzi na stanici *HBO* (na youtubovém kanálu *Last Week Tonight* jsou někdy dostupné výrazně rozšířené verze – například stopáž interview s novinářem Fareedem Zakariou přímo v pořadu činí 4 minuty a 17 vteřin, na YouTube je dostupných navíc dalších 12 minut,

¹⁵⁷ *Last Week Tonight with John Oliver*. S1E7 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 15. 6. 2014.

¹⁵⁸ *Between Two Ferns. Funny or Die* [online]. [cit. 2019-11-02]. Dostupné z: <https://www.funnyordie.com/between-two-ferns>

23 vteřin).¹⁵⁹

Last Week Tonight v žánru late night show působí výrazně atypicky tím, že interview používá velice zřídka. Některá z nich také nejsou vážně míněná a připomínají spíš komediální skeče, nikoli seriózní žurnalistický žánr snažící se nezaujatě informovat publikum. A to navzdory skutečnosti, že v prvních dílech pořadu bylo interview používáno běžně, tak, jak je zvykem v jiných pořadech tohoto typu. Postupem času se ovšem interview začala objevovat spíše sporadicky a v současnosti slouží jako doplněk tematického monologu se stejným tématem jako tento monolog.

6. 1. 5 Žurnalistické formy

6. 1. 5. 1 *Investigativní žurnalistika*

Již bylo zmíněno, že ačkoliv je v případě mnoha epizod rešeršní činnost týmu *Last Week Tonight* limitovaná na přebírání materiálu z jiných médií, některé epizody jsou založeny na hlubší rešerši. Vypovídá o tom následující přehled:

Tab. 8 – Výzkumné otázky 1.8 a 1.9:

	1.8: Odhaluje rešerše informace, které se někdo snaží skrývat nebo by jinak nevěšly v známost?	1.9: Odhaluje rešerše podvodné jednání, korupci nebo zdravotní riziko?
S6E1	Ne	Ne
S6E2	Ne	Ne
S6E3	Ne	Ne
S6E4	Ano	Ne
S6E5	Ne	Ano
S6E6	Ne	Ne
S6E7	Ano	Ano
S6E8	Ne	Ano
S6E9	Ne	Ne
S6E10	Ne	Ne

¹⁵⁹ Last Week Tonight. Fareed Zakaria Interview Pt. 2 (Web Exclusive): Last Week Tonight with John Oliver. In: *YouTube* [online]. 18. 5. 2014 [cit. 2020-05-01]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=VMbcIkWqGYY>

Příkladem této hlubší rešerše je 4. epizoda 6. série, jejíž ústřední tematický monolog se zabývá robotickými hovory, tedy reklamními telefonáty, které provádí automatizovaný software. Oliverův tým důkladně prozkoumal smlouvu, kterou podepisují zákazníci banky Credit One a v níž souhlasí s tím, že budou takové hovory dostávat. Tým objevil nenápadný odstavec, který popisuje, jak je možné tento souhlas zrušit, a zjistil, že tento opt-outový proces je úmyslně velice složitý: zahrnuje poslání fyzického dopisu do jedné specifické schránky v Nevadě. „*Raději bych přijal tisíc hovorů denně, každý den, do konce svého života,*“ okomentoval to moderátor.¹⁶⁰

Rešerše, která přímo odhaluje podvodné jednání, proběhla v rámci přípravy 7. epizody 6. série, jejíž ústřední monolog se věnoval tematice mobilních domovů a vykořisťování jejich majitelů. Jde o již zmíněný případ, kdy tým *Last Week Tonight* získal přístup k soukromým seminářům podnikatele Franka Rolfea, které se neměly dostat mimo okruh potenciálních investorů. Rolfe na nich doslova říká: „*Zjistil jsem, a řeknu to jako člověk bez srdce, že zákazníci tam jsou zaseknutí. Nemají na vybranou. Nemůžou si dovolit svůj dům přestěhovat, nemají tři tisíce dolarů. Takže jediný způsob, jakým můžou protestovat proti tomu, když zvednete nájem, je opustit svůj dům, načež se z něj stane opuštěné vlastnictví a vy do něj strčíte dalšího člověka. Držíte všechny karty. Takže je jediná otázka: Co chcete dělat? Jak vysoko půjdete?*“¹⁶¹ Toto jednání sice není ilegální, ale investigativní činnost pořadu v tomto případě slouží jako varování potenciálním budoucím zákazníkům před podnikatelem s predátorskými tendencemi.

Investigativní činnost je s pořadem *Last Week Tonight* spjatá už od jeho počátků. Za první příklad takové činnosti lze považovat 18. díl 1. série, v němž se Oliver ve svém ústředním monologu věnoval soutěži krásy Miss America. Její organizátoři tvrdili, že jde o největšího poskytovatele stipendií pro ženy na celém světě, který na stipendia vynakládá 45 milionů dolarů

¹⁶⁰ *Last Week Tonight with John Oliver*. S6E4 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 10. 3. 2019.

¹⁶¹ *Last Week Tonight with John Oliver*. S6E7 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 7. 4. 2019.

ročně. Oliverův tým se rozhodl toto tvrzení ověřit. Oliver během svého monologu řekl: „45 milionů? To je neuvěřitelné číslo! Myslím to tak, že jsem mu doslova nevěřil.“¹⁶² Oliverův tým na oficiální stránce objevil informaci, že soutěž je oficiálně vedená jako nezisková organizace, a vyvodil, že musí odevzdávat daňová přiznání. A v těchto veřejně dostupných dokumentech následně objevil, že v roce 2012 částka vynaložená na stipendia odpovídala pouhým 482 tisícům dolarů namísto 45 milionů. Během následující rešerše tým zkontroloval daňové dokumenty i na lokální úrovni jednotlivých států – Oliver během pořadu demonstrativně vyskládal na stůl tlustý štos papírů, které údajně prohlédli – a po celkovém sečtení se nedostal ani ke 4 milionům dolarů. Tým následně kontaktoval přímo společnost Miss America a dozvěděl se, že oněch 45 milionů je součtem všech potenciálních stipendií. Vítězce například pensylvánské odnože jsou tak nabídnuta stipendia na tři různé studijní programy, ona si z nich vybere jedno, ale organizace do výsledného součtu započítá i dvě stipendia, která si nevybrala. Technicky vzato ona stipendia opravdu „nabízí“, ale ve výsledku na studium soutěžících vydá mnohonásobně nižší částku, než zavádějícím způsobem tvrdí. Oliverův tým dále objevil v daňovém přiznání Miss Alabama překvapivě vysoký obnos přes 2,5 milionu dolarů jakožto stipendium na jedinou školu, Troy University. Když školu kontaktoval, zjistil, že organizace Miss America se k této částce dopracovala tak, že skutečnou výšku stipendia, 54 tisíc dolarů, vynásobila počtem účastnic soutěže (a tedy všech potenciálních výherkyň).

Ve 25. díle 2. série se Oliverův ústřední monolog zabýval problematikou takzvaných „televangelistů“ – podle slovníku *Merriam-Webster* jde o protestantské kněze nebo laiky, kteří věnují významnou část své kazatelské činnosti televizním vystoupením.¹⁶³ Mnozí z nich na takovém televizním kázání vydělávají mnoho peněz, především díky tomu, že dokážou využít důvěřivosti diváků. Tým *Last Week Tonight* se rozhodl zjistit, jak tyto nekalé praktiky fungují

¹⁶² *Last Week Tonight with John Oliver*. S1E18 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 21. 9. 2014

¹⁶³ Televangelist. In: *The Merriam-Webster.com Dictionary* [online]. [cit. 2019-10-21]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/televangelist>

v praxi.

„Vezměte si třeba Roberta Tiltona,“ říká Oliver v rámci svého monologu. „Neumíte si představit, co se stane, když mu pošlete příspěvek. A naštěstí si to představovat ani nemusíte, protože, a to bychom se asi měli přiznat, jsme si s jeho církví korespondovali. Posledních 7 měsíců.“¹⁶⁴

Oliverův tým poslal Tiltonovi dopis s dvacetidolarovým příspěvkem a v průběhu následné korespondence zaznamenal, jak se z něj druhá strana snaží dostat čím dál tím více peněz pod náboženskými záminkami a využívá k tomu predátorské praktiky včetně zastrašování. Některé dopisy například varovaly, že příjemce „okrádá Boha“, jestliže nepošle peníze, a že žádané peníze „nesmí v žádném případě zůstat v [jeho] domě.“¹⁶⁵

V 19. epizodě 4. série se Oliverův ústřední monolog věnoval Alexi Jonesovi, rozhlasovému a televiznímu hlasateli a konspiračnímu teoretikovi, který své pořady zároveň využívá jako platformu pro propagaci vlastního internetového obchodu, kde prodává zboží pochybné kvality a účelu. Jako experta potvrzujícího účinnost a nezávadnost svých přípravků Jones využívá „doktora“ jménem Edward Group III, který údajně drží tituly z MIT a dalších prestižních amerických vzdělávacích institucí. Oliverův tým ovšem tuto informaci postupně u všech škol ověřil a zjistil, že například na MIT Group získal pouze jakýsi diplom, rozhodně nikoli plnohodnotný akademický titul, a že jeho jedinou skutečnou kvalifikací je chiropraxe.

Je otázkou, zda tato kauza i kauzy uvedené výše splňují Gainesova kritéria pro investigativní žurnalistiku, především zda jsou důležité z hlediska veřejného blahobytu, ovšem takovéto klamání veřejnosti zároveň není pouhou pseudoudalostí, které z pole investigativní žurnalistiky vylučuje Aucoin. Ve všech případech jde o dobře odvedenou novinářskou práci, která vynesla na veřejnost informace, jež by jinak zůstaly úmyslně skryté. To ovšem zároveň znamená, že

¹⁶⁴ *Last Week Tonight with John Oliver*. S2E25 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 16. 9. 2015.

¹⁶⁵ Tamtéž

Oliverovy tematické monology se mírně odchyľují od stanovené definice komentáře, neboť často pracují s informacemi, které do té doby nebyly veřejně známé. Takové smývání hranic mezi jednotlivými žánry je ovšem v konvergentní době prakticky nevyhnutelné.

Oliverův tým běžně provádí poměrně komplexní investigativní vyšetřování odhalující skryté informace o společensky důležitých tématech, snaží se vlastními zdroji odkrýt pravdu o důležitém společenském tématu a následně tuto pravdu prezentovat veřejnosti. Konvergence s žurnalistickými postupy je v tomto případě zřejmá. Odpověď na výzkumnou otázku „6.1: Jaké znaky investigativní žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?“ je tedy následující: v mnoha epizodách jsou tyto znaky, tedy důkladná rešerše, odhalování faktů, které by jinak nevyšly najevo, a odhalování korupce či podvodného jednání, všudypřítomné. V jiných naopak zcela scházejí.

6. 1. 5. 2 Vysvětlovací žurnalistika

„Explainer journalism“, tedy „vysvětlovací žurnalistika“, je koncept, do kterého *Last Week Tonight* přirozeně zapadá díky svému zaměření na monologická vystoupení moderátora s neobvykle dlouhou stopáží, jaká byla důkladněji popsána v předcházející kapitole „Ústřední monolog“. Oliverovy ústřední monology často dopodrobna vysvětlují problematiku, s níž se televizní divák běžně nesetkává, a nezvykle dlouhá stopáž monologů umožňuje hledat odpovědi na otázky „jak?“ a „proč?“.

Tab. 9 - Výzkumná otázka 3.6: Dochází k podrobnému vysvětlení problematiky? Odpovídá monolog na otázky „jak?“ a „proč?“

S6E1	S6E2	S6E3	S6E4	S6E5	S6E6	S6E7	S6E8	S6E9	S6E10
Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano

Ve všech deseti podrobně zkoumaných dílech moderátor problematiku nejprve dopodrobna vysvětlil, a to i za použití starších materiálů z minulých let (nejstarší záběry vyskytující se ve zkoumaných dílech pocházely z roku 1942). Tuto snahu poskytnout co nejdůkladnější

vysvětlení daného tématu přiznal i sám Oliver v 8. epizodě 6. série. V monologu na téma opiátů¹⁶⁶ představil internetovou stránku, kterou tým *Last Week Tonight* vytvořil jakožto doplněk k pořadu. Na této stránce si diváci mohou v poklidu přečíst všechny možné materiály, na nichž byl monolog založen, včetně odkazů na texty žalob, po nichž následovalo mimosoudní vyrovnání ze strany výrobců opiátů. Oliver k tomu řekl: „*Pohřbíme vás lavinou kontextu!*“¹⁶⁷

Vysvětlovací síly pořadu si pozorovatelé všimli již na samotném počátku, v 5. epizodě 1. série. Před jejím odvysíláním podle novinářky Emily Rooneyové z bostonské stanice WGBH pořad *Last Week Tonight* „umdléval v relativní bezvýznamnosti“¹⁶⁸ (na což John Oliver v 11. epizodě 4. série žertem odpověděl, že v relativní bezvýznamnosti „prosperoval“¹⁶⁹), ovšem poté se vše změnilo díky ústřednímu monologu o síťové neutralitě, který se stal virálním. Oliver v něm od základu vysvětluje tematiku síťové neutrality, problém jejího možného narušení, motivaci hlavních aktérů i možnost, jak na tuto situaci může veřejnost zareagovat. Segment se na internetu stal hitem a na YouTube nasbíral téměř 15 milionů zhlédnutí, a to navzdory jeho zdánlivé nezajímavosti, kterou na začátku monologu uznal i sám Oliver: „*Síťová neutralita. Jediná dvě slova, která v anglickém jazyce slibují větší nudu, jsou ,featuring Sting‘.*“¹⁷⁰

Vliv Oliverova monologu o síťové neutralitě na širší diváckou veřejnost změřila studie Delawarské univerzity s názvem "*Seize Your Moment, My Lovely Trolls*": *News, Satire, and Public Opinion About Net Neutrality*.¹⁷¹ Výzkumníci zjistili, že *Last Week Tonight* měl na divácké povědomí o síťové neutralitě výrazně větší vliv než mainstreamová média – výsledky studie shrnula jedna z autorek studie, Dannagal Youngová, pro server *Variety*: „*Vystavení*

¹⁶⁶ V USA existuje problém přílišného užívání opiátů ve formě léků, jehož následkem je drogová závislost

¹⁶⁷ *Last Week Tonight with John Oliver*. S6E8 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 14. 4. 2019.

¹⁶⁸ WGBH News. Beat The Press Video: Real Impact Of Phony News. In: *YouTube* [online]. 6. 6. 2014 [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=VMbcIkWqGYY>

¹⁶⁹ *Last Week Tonight with John Oliver*. S4E11 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 7. 5. 2017.

¹⁷⁰ Tamtéž

¹⁷¹ BREWER, Paul R. et al. "Seize Your Moment, My Lovely Trolls": News, Satire, and Public Opinion About Net Neutrality. *International Journal of Communication* [online]. 2018, 12, 23 s. ISSN 1932-8036. [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8081/2306>

tomuto pořadu (Last Week Tonight, pozn. aut.) mělo nejsilnější vliv ze všech médií, která jsme zkoumali. Nenašli jsme žádný efekt vystavení obsahu CNN, MSNBC, tištěných novin – nic z toho nemělo nic společného s názorem veřejnosti na síťovou neutralitu.“¹⁷²

Oliverův segment s názorem veřejnosti na síťovou neutralitu naopak bezpochyby něco společného měl. Na konci ústředního monologu moderátor vyzval diváky, konkrétně internetové trolly,¹⁷³ kteří mají zkušenosti s urážkami v komentářích a internetovou šikanou, aby zamířili na stránky Federální komise pro komunikaci a zanechali tam komentáře obhajující síťovou neutralitu. Doprovodil to slovy: „*Chopte se své chvíle, mí milí trollové!*“¹⁷⁴ z nichž pochází i název citované studie. Na webové stránky Federální komise následně zamířilo takové množství komentujících, že se server zhroutil a nějakou dobu nebyl veřejnosti dostupný. O několik měsíců později Federální komise skutečně přijala regulace ochraňující síťovou neutralitu.¹⁷⁵ Podobné výzvy k akci ze strany *Last Week Tonight* podrobněji probere následující kapitola zabývající se konstruktivní žurnalistikou.

Kromě síťové neutrality *Last Week Tonight* zpracoval mnoho dalších zdánlivě nezajímavých témat, jejichž problematiku a relevanci bylo třeba nejprve důkladně vysvětlit, aby se většina diváků byla schopná zorientovat. Je to jasně vidět i na desítce podrobně zkoumaných epizod: automatizace práce, robotické hovory či mobilní domovy rozhodně nejsou témata s vysokou frekvencí výskytu v mainstreamových médiích. Za mainstreamově přitažlivá témata by se z těchto deseti dal označit pravděpodobně jen brexit a Muellerova zpráva, tedy aktuální témata, která se úzce dotýkají světové a americké politické scény. Alissa Wilkinson ze serveru *Vox* okomentovala Oliverův výběr témat následovně: „*Občas se zdá, že Oliver soutěží ve své vlastní*

¹⁷² STEINBERG, Brian. And Now This: John Oliver Just Might Be a Journalist. *Variety* [online]. 16. 2. 2018 [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://variety.com/2018/tv/news/john-oliver-journalist-hbo-last-week-tonight-1202702144/>

¹⁷³ V kontextu internetu jde o označení pro člověka, který na internetu naschvál obtěžuje a rozčiluje ostatní uživatele, aby je vyprovokoval k reakci.

¹⁷⁴ *Last Week Tonight with John Oliver*. S4E11 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 7. 5. 2017.

¹⁷⁵ *Restoring Internet Freedom*. Federal Communications Commission [online]. [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.fcc.gov/restoring-internet-freedom>

olympiádě nudných témat, jen aby viděl, jestli je dokáže udělat zajímavými. ¹⁷⁶

Tato buď komplexní, nebo zkrátka neznámá témata do schématu vysvětlovací žurnalistiky přirozeně zapadají právě kvůli inherentní nutnosti odpovídat na otázky „jak?“ a „proč?“, aby divák pochopil kontext konkrétních, velmi často komplexních problémů probíraných v tematickém monologu. Je to přesně onen typ „*trvanlivé žurnalistiky*“, o němž mluvil Adam Tinworth.¹⁷⁷ *Last Week Tonight* lze jeho dosahem, pečlivými vysvětlovacími technikami a důrazem na hluboký vhled od problému přirovnat k již zmiňovaným lídrům vysvětlovací žurnalistiky, serverům *Vox* a *FiveThirtyEight*.

6. 1. 5. 3 *Konstruktivní žurnalistika*

Jak bylo řečeno v kapitole pojednávající o konstruktivní žurnalistice, její autoři obvykle navrhnou možná řešení daného problému místo toho, aby problém jen neutrálně zkoumali. Pro některé výzkumníky může konstruktivní žurnalistika hraničit s aktivismem, jiní toto pole i tak definují jako ve své podstatě objektivní, navrhuje různá řešení, ale přímo nedoporučující žádné z nich.

Last Week Tonight zcela zřejmě vykazuje alespoň některé znaky konstruktivní žurnalistiky. Jak ukazuje následující tabulka, navrhování řešení na prezentované problémy je v pořadí velmi časté:

¹⁷⁶ WILKINSON, Alissa. 5 years in, HBO's Last Week Tonight is a lot more than "just comedy". *Vox* [online]. 17. 2. 2019 [cit. 2019-11-02]. Dostupné z: <https://www.vox.com/culture/2019/2/14/18213228/last-week-tonight-john-oliver-hbo-season-six>

¹⁷⁷ TINWORTH, Adam. We haven't even scratched surface of explainer journalism.

Tab. 10 - Výzkumná otázka 3.7: Řeší-li monolog nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?

S6E1	Ano; Více	Zrušení brexitu, svolání nového referenda
S6E2	Ne	
S6E3	Ano; Více	Příprava více kariérních drah, uvítání automatizace
S6E4	Ano; Více	Tlak na federální komisi, aby zpřísnila zákony, kampaň robotických hovorů mířená na zaměstnance federální komise
S6E5	Ne	-
S6E6	Ano; Více	Větší vládní ochrana wrestlerů, tlak fanoušků na vlastníka Vince McMahona
S6E7	Ano; Více	Společná akce nájemníků ve spolupráci s neziskovými organizacemi, vyvarování se jednání s jistými subjekty, vyšší stupeň právní ochrany nájemníků
S6E8	Ano; Více	Odmítnutí sponzorských darů rodiny Sacklerů, zveřejnění záznamu ze soudního procesu ve státě Kentucky (tým kvůli tomu vytvořil stránku SacklerGallery.com
S6E9	Ne	-
S6E10	Ano	Zrušení trestu smrti

Last Week Tonight zcela odpovídá definici konstruktivní žurnalistiky Aitamurtové a Varmové – soustředí se na řešení společenských problémů, prokazuje intervencionistické tendence, není pouhým pozorovatelem, nýbrž aktérem. Tvoří webové stránky, virální videa i technicky složitější kampaně.

Ve 4. epizodě 6. série *Oliverův tým* například spustil kampaň automatizovaných robotických hovorů, které měly co nejvíc obtěžovat zaměstnance Federální komise pro komunikaci a upozornit je tak na problém příliš častých robotických hovorů, jimiž firmy obtěžují obyčejné Američany. Robotické hovory byly cílené přímo na telefonní čísla vedoucích členů této komise.

Dalším příkladem je koupení domény „wikileaksorwhatever.com“ v 10. dílu 6. série. Název stránky je parodií na to, že se na takovou stránku podle svých vlastních slov podíval člověk zodpovědný za zpackanou popravu vězně, aby zjistil, jestli mu může vpíchnout konkrétní chemickou látku (pravděpodobně měl pochopitelně namysli webovou encyklopedii Wikipedia, nikoliv server WikiLeaks sloužící k rozšiřování tajných informací získaných od whistleblowerů). Na stránce „wikileaksorwhatever.com“ je jen nápis „*Midazolam vám*

nezabrání v tom, abyste cítili bolest. Prosíme, přestaňte ho používat při popravách.“

Dlouhodobou tvůrčí aktivitou pořadu *Last Week Tonight* je vytvoření postavy starého kovboje ztvárněného americkým hercem Thomasem Kopachem, jehož úkolem je vzdělat amerického prezidenta Donalda Trumpa. O Trumpovi je známo, že často sleduje americkou televizní stanici *Fox News*. Tým Johna Olivera si tedy na této stanici pronajal reklamní prostor a začal vysílat reklamy cílené přímo na amerického prezidenta, v nichž mu kovboj vysvětluje určitou problematiku. Například v 9. epizodě 5. série, jejíž ústřední monolog se věnuje zrušení smlouvy mezi Íránem a Spojenými státy americkými ohledně íránského jaderného programu, kovboj říká: „*Ahoj, Donalde. (...) Jsem tady proto, abych ti řekl, že ta smlouva s Íránem možná není dokonalá, ale pomůže zajistit, aby Írán nezačal vyrábět jadernou bombu po příštích deset let. Pokud tu smlouvu zrušíš, bude z toho nula let! A pokud jsem se za svoje roky kovbojování něco naučil, tak nula je daleko míň než deset.*“¹⁷⁸ Bohužel neexistují informace o tom, zda prezident Trump tuto reklamu skutečně viděl.

V jiných případech má přímý dopad výzva k akci, která v pořadu proběhla a diváci na ni zareagovali. Když televizní pořad *TMZ* spadající pod Fox Broadcasting Company položil Oliverovi dotaz týkající se toho, že jeho fanoušci vyřadili z provozu webovou stránku Federální komise pro komunikaci v reakci na chystaná omezení internetové neutrality, Oliver odpověděl: „*To jsem nebyl já. Byli to lidé. Já jsem jen poukázal na problém.*“¹⁷⁹ Posléze ovšem přiznal, že šlo chabou výmluvu – jeho pořad nejen poukázal na problém, nýbrž i nabídl okamžité řešení ve formě občanského protestu. Hmatatelný vliv *Last Week Tonight* na veřejné dění dokonce obdržel jméno – uznávané magazíny jako *Time*¹⁸⁰ či *Forbes*¹⁸¹ mluví o „*efektu Johna Olivera*“

¹⁷⁸ *Last Week Tonight with John Oliver*. S5E9 [epizoda televizního pořadu]. New York: HBO, 22. 4. 2018.

¹⁷⁹ TMZ. Comedian John Oliver's bringing down of the FCC's website makes him a powerful Americans! In:

YouTube [online]. 6. 6. 2014 [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cMwJkyzXv8k>

¹⁸⁰ LUCKERSON, Victor. How the 'John Oliver Effect' Is Having a Real-Life Impact. *Time* [online]. 10. 7. 2015 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://time.com/3674807/john-oliver-net-neutrality-civil-forfeiture-miss-america/>

¹⁸¹ KONUWA, Alfred. HBO's John Oliver Encourages Chants For Workers' Compensation At WrestleMania 35 In WWE Hit Piece. *Forbes* [online]. 1. 4. 2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z:

(„*The John Oliver Effect*“).

Takováto výzva k veřejné akci se automaticky nerovná konstruktivní žurnalistice v takové podobě, jakou praktikují lídři na tomto poli (např. *Huffington Post*). Jedním ze zásadních kritérií tohoto typu žurnalistiky je odmítnutí fráze „*if it bleeds, it leads*“ – konstruktivní žurnalisté dávají přednost pozitivním tématům před krizemi a konflikty. *Last Week Tonight* oproti tomu často řeší právě témata negativní.

Oliver však nenavrhuje pouze negativní řešení problémů (zařít, aby se něco nestalo), nýbrž v jiných případech podporuje řešení pozitivní a konstruktivní. V již probíraném 18. díle 1. série o Miss America Oliver apeluje na diváky, aby přispěli fondům nabízejícím stipendia pro dívky, jejichž webové adresy se objevují na obrazovce. Oliver v žertu tvrdí, že důvodem, proč o to diváky žádá, je snaha, aby Miss America ztratila své prvenství největšího amerického poskytovatele stipendií výhradně pro ženy, ale reálným výsledkem je zvýšená viditelnost a finanční kapacita dobročinných organizací. Jedna z nich, The Society of Women Engineers, během dvou dní od odvysílání Oliverova segmentu obdržela 25 000 dolarů v příspěvcích, což tiskový mluvčí organizace popsal jako „*John Oliver Bounce*“ („*Oliverův skok*“).¹⁸²

Last Week Tonight ovšem neodpovídá užším standardům konstruktivní žurnalistiky, které kladou za podmínku to, aby bylo prezentováno více řešení, z nichž si divák či čtenář následně může vybrat. John Oliver pečlivě vysvětluje problém, ale zároveň si tak, jak je to pro satirika přijatelné (nebo nevyhnutelné), vybírá stranu, identifikuje „dobro“ a „zlo“ a autoritativně doporučuje, jak by měl být problém vyřešen.

Last Week Tonight se striktně nedrží principů novinářské objektivity, moderátor často vyjadřuje vlastní názor a prezentuje možná řešení, k nimž navíc připojuje i konkrétní návrhy na

<https://www.forbes.com/sites/alfredkonuwa/2019/04/01/hbos-john-oliver-encourages-chants-for-workers-compensation-at-wrestlemania-35-in-ww-e-hit-piece/>

¹⁸² RHODAN, Maya. John Oliver Gave a Big Boost to Women's Scholarship Funds. *Time* [online]. 24. 9. 2014 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://time.com/3426950/john-oliver-women-scholarships/>

občanskou iniciativu, případně sám koná například vytvářením vlastních webových stránek nebo vysíláním svých reklamních spotů. Prokazuje tím mnoho stejných postupů a tendencí, jakými je definována konstruktivní žurnalistika, primárně snahu otevřeně něco změnit za použití ověřených faktů a racionálních argumentů. *Last Week Tonight* lze tedy k tomuto novinářskému proudu přiřadit, i když ne stoprocentně. Pořad totiž neodpovídá užší definici konceptu, podle níž by pravý konstruktivní novinář měl navrhnout více možností řešení a přímo nedoporučit ani jedno z nich, aby se zachoval odstup a objektivita, k čemuž v *Last Week Tonight* nedochází.

6. 1. 6 Shrnutí

Při analýze pořadu *Last Week Tonight* vyšlo najevo, že práce Johna Olivera a jeho týmu vykazuje evidentní a silné známky konvergence s žurnalistickými postupy a praktikami, a to na několika různých rovinách. Úroveň vlastní rešerše je excelentní a často se dá označit za skutečnou investigativní žurnalistiku, kdy zástupci pořadu odhalí důležitý společenský problém díky pečlivému prověřování dostupných informací.

Naopak Oliverovo interview žurnalistickým normám často neodpovídá, neboť se mnohdy pouze tváří jako rozhovor mezi tazatelem a respondentem a ve skutečnosti jde spíše o předem připravenou divadelní scénku, jejímž hlavním zaměřením je diváka pobavit, nikoliv mu poskytnout jakékoliv seriózní informace.

Reportáž, poslední z tradičních žánrů definovaných v teoretické části této práce, se v *Last Week Tonight* nevyskytuje.

Pořad *Last Week Tonight* lze přesvědčivě přiřadit ke konceptu vysvětlovací žurnalistiky. Důraz na důkladnou analýzu a vysvětlení často velice složitého, dalo by se říci obskurního tématu zábavnou formou, která je přijatelná pro širokou diváckou veřejnost, je patrný zejména v rámci ústředního monologu každé z epizod, méně už v kratších segmentech na začátku dílu, kdy na podrobné vysvětlení a na odpovědi na otázky „proč“ a „jak“ nezbývá tolik času.

Last Week Tonight definicím konstruktivní žurnalistiky odpovídá částečně. V žádném případě na problémy nenahlíží striktně nestrannou optikou, prokazuje intervencionistické tendence a velmi často navrhuje konkrétní řešení, která by daný problém vyřešila – a to včetně výzev divákům, aby provedli konkrétní akci, například komunikovali s politiky či podpořili určitou humanitární organizaci. Zároveň se přísně drží faktů a pro podporu svých řešení nevyužívá vyvrácených informací či polopravd. Mnohdy sice doporučuje více řešení, ale jsou to řešení „správná“ – diváci si nemají možnost sami jedno z nich zvolit. Pořad tak nenaplnuje užší definice konstruktivní žurnalistiky.

6. 2 The Daily Show with Trevor Noah

The Daily Show with Trevor Noah je americká late night show v současné podobě vysílaná od roku 2015, kdy Johna Stewarta na pozici moderátora nahradil jihoafrický komik Trevor Noah. Pořad je vysílán na stanici *Comedy Central*, a to původně už od roku 1996, kdy byl moderátorem Craig Kilborn. Kromě televizního vysílání jsou kompletní epizody umístěny na webové stránce stanice *Comedy Central*.¹⁸³ Určité scény, například rozhovor s hostem či monolog moderátora, jsou umístěny jako samostatné klipy na kanál pořadu na YouTube.¹⁸⁴ Během existence pořadu bylo odvysíláno více než 3 tisíce epizod.¹⁸⁵

The Daily Show vysílá svoje epizody čtyřikrát týdně, od pondělí do čtvrtka, a odlišuje se tak od v předchozí studii zkoumaného *Last Week Tonight*, který vysílá jen jeden díl týdne. V pořadu se objevují především monology moderátora, interview s hosty, reportáže a komické segmenty s „korespondenty“ (členy tvůrčího týmu *The Daily Show*).

6. 2. 1 Struktura pořadu

Jako příklad typické struktury pořadu bude použita epizoda číslo 3343 odvysílaná 3. prosince 2019, v pořadí druhá epizoda z deseti podrobně zkoumaných v této případové studii. Jejími hlavními tématy je konflikt prezidentů Trumpa a Macrona a alternativní možnosti produkce masa. Její struktura vypadá následovně:

1. **Úvodní znělka**, krátké přivítání publika a nastínění témat epizody neboli headline. (*Celková stopáž: 1 minuta, 1 vteřina*)
2. Segment **Headlines** neboli Titulky, krátká rekapitulace několika aktuálních událostí: Mark Zuckerberg se sešel v Bílém domě s Donaldem Trumpem (*stopáž: 2 minuty, 38 vteřin*); Kontroverzní reklama na rotoped (*stopáž: 1*

¹⁸³ *The Daily Show with Trevor Noah*. Comedy Central [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <http://www.cc.com/shows/the-daily-show-with-trevor-noah>

¹⁸⁴ The Daily Show with Trevor Noah. Videos. In: YouTube [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: https://www.youtube.com/channel/UCwWhs_6x42TyRM4Wstoq8HA/videos

¹⁸⁵ MARTIN, Justin D. The Daily Show: American Television Program. *Encyclopaedia Britannica* [online]. [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/The-Daily-Show>

minuta, 51 vteřin); Senátorka Kamala Harris přerušila kandidaturu na pozici americké prezidentky (*stopáž: 2 minuty, 18 vteřin.*) Na obrazovce se kromě moderátora objevují i ukázky z reportáží jiných médií. (*Celková stopáž: 6 minut, 47 vteřin*).

3. Segment **Top Story** klasifikovatelný jako **Ústřední monolog**: Noah rekapituluje události týkající se cesty prezidenta Trumpa do Evropy, konkrétně tiskové konference, kde ostře zaútočil na francouzského prezidenta Macrona. Střídá vysvětlování okolností, cizí reportáže a vtipy (*stopáž: 2 minuty, 30 vteřin*); Noah se věnuje tématu hrozící obchodní války mezi Francií a Spojenými státy a návrhu prezidenta Trumpa, že do Francie pošle zajaté bojovníky tzv. Islámského státu (*stopáž: 3 minuty, 18 vteřin*); Parodická reklama připomínající dříve probíranou reklamu na rotoped, místo rotopedu se v ní vyskytují islamisté (*stopáž: 1 minuta*). (*Celková stopáž: 6 minut, 48 vteřin*)
4. Segment **Special Report**, tedy reportáž na určité téma, v tomto případě umělé maso: Korespondent Roy Wood Jr. vysvětluje problematiku toho, že konzumace masa zatěžuje životní prostředí (*stopáž: 42 vteřin*); Následuje interview s expertem na jídlo a výživu Michaellem Pollanem (*stopáž: 1 minuta, 13 vteřin*); Další interview s Patem Brownem, ředitelem společnosti Impossible Foods (*stopáž: 1 minuta, 3 vteřiny*); Reportér ochutnává obyčejný, masový burger a hned poté i ten z uměle vyráběného masa. Soudí, že chutnají stejně (*stopáž: 49 vteřin*); Interview s Joshem Tetrickem, ředitelem společnosti Just zkoumající alternativní přístupy k produkci masa (*stopáž: 1 minuta, 7 vteřin*); Reportér ochutnává uměle vypěstované maso (*stopáž: 38 vteřin*); Reportér shrnuje zjištění a uvádí pro a proti – maso chutná dobře a chrání

prostředí, ale je velice drahé (*stopáž: 30 vteřin*). (*Celková stopáž: 6 minut, 2 vteřiny*).

5. **Interview** s hostem – novinář a spisovatel Ta-Nehisi Coates: Tématem je spisovatelova nová kniha, pro kterou dělá propagační tour a zmiňuje se, že *The Daily Show* je jeho poslední zastávkou. Moderátor a host probírají zasazení a děj knihy a americkou historii otroctví. Dále řeší kritiku autora, že do svých děl zasazuje málo ženských postav. Nakonec moderátor doporučí publiku, ať si knihu zakoupí a přečte. (*Celková stopáž: 11 minut, 9 vteřin*.)
6. **Závěr:** Krátký závěrečný segment Moment of Zen, rozloučení moderátora s diváky a závěrečné titulky. (*Celková stopáž: 28 vteřin*).

6. 2. 2 Humor a infotainment v *The Daily Show*

The Daily Show with Trevor Noah odpovídá předpokladu, že pořady late night show obecně cílí především na pobavení diváka. Objevují se zde různé druhy segmentů. Některé jsou zcela jednoznačně humorné a nemají jiný cíl než diváka rozesmát, jiné jsou v jádru seriózní, ale i v jejich případě je alespoň část stopáže vyhrazená vtipům. Pouze výjimečně lze identifikovat zcela vážný segment, kdy po celou dobu jeho stopáže nezazní smích z publika.

Čistě humorné segmenty mívají podobu rozhovoru s jedním ze sedmi „korespondentů“. Ti zpravidla dostávají absurdní tituly jako „hlavní korespondent pro mládež“ či „hlavní korespondent pro bílé lidi“ a jsou komicky neschopní v kontrastu k seriózní osobě moderátora. Dobrou ukázkou je panel „expertů“ v epizodě 3350, kteří diskutují o volbách v Británii. Korespondent Ronny Chieng říká: „*Na výsledku voleb vůbec nezáleží. (...) Když se můj soused chce rozvést, znamená to, že se musím taky rozvést? Ne! Znamená to jen, že se dozvěděl, že jsem spal s jeho ženou!*“¹⁸⁶ Korespondent Jaboukie Young-White posléze místo expertního názoru

¹⁸⁶ *The Daily Show with Trevor Noah*. Epizoda 3350 [epizoda televizního pořadu]. New York: Comedy Central, 16. 12. 2019.

jen neustále opakuje historku ze svého milostného života. „*Co to má společného s těmi volbami?*“ ptá se Noah. Panel pak ukončí slovy: „*Tohle byla absolutní ztráta času.*“¹⁸⁷

I některé segmenty, jejichž cílem je zjevně upozornit na skutečný společenský problém, se nesou v podobném duchu. Například v epizodě č. 3343 přináší korespondent Roy Wood Jr. reportáž, v níž se věnuje alternativním způsobům výroby masa, respektive produktů maso připomínajících. Experti v daném oboru hovoří o tom, jaké lidstvu hrozí nebezpečí z přehnané spotřeby hovězího masa a jak by se měl změnit celospolečenský pohled na tuto tematiku. Reportér se ovšem cíleně staví do parodické osoby „fanatického masožravce“, který není s to pochopit, že by něco mohlo nahradit jeho milované jídlo. „*Jen abych byl zdvořilý, kousl jsem si toho stupidního, odporného rostlinného sendviče,*“¹⁸⁸ říká reportér, načež překvapeně uznává, že zeleninový burger je ve skutečnosti velice chutný. Opět tak platí poznatek patrný už u *Last Week Tonight – The Daily Show* si pro svůj obsah mnohdy nevybírám soft news, ale důležité společenské kauzy, které prezentuje nevážným způsobem. Konkrétní příklady těchto témat jsou uvedeny níže.

6. 2. 3 Použití žurnalistických postupů

6. 2. 3. 1 Rešerše

Ve scenáristickém týmu pořadu *The Daily Show* se, podobně jako v *Last Week Tonight*, nachází řada zaměstnanců, kteří dříve působili v novinářské profesi. To platí i pro hlavního scenáristu pořadu, Dana Amiru, který před svým působením v *The Daily Show* pracoval na pozici Senior Editor v *New York Magazine*.¹⁸⁹ Předchozí hlavní scenárista, Zhubin Parang, který v pořadu dále působí jako producent, naproti tomu vystudoval práva a pracoval jako korporátní

¹⁸⁷ Tamtéž

¹⁸⁸ *The Daily Show with Trevor Noah*. Epizoda 3343 [epizoda televizního pořadu]. New York: Comedy Central, 3. 12. 2019.

¹⁸⁹ Dan Amira. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-01-04]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/dan-amira-1320756/>

právník.¹⁹⁰ Další důležitou postavou kreativního týmu je novinář Daniel Radosh, jehož články vyšly například v magazínu *The New Yorker*¹⁹¹ nebo na webu *The Huffington Post*.¹⁹²

The Daily Show využívá novinářskou rešerši především pro účely ústředního tematického monologu, úvodního novinkového souhrnu a některých reportáží. Nejčastějším zdrojem pro tvůrčí tým jsou archivní materiály jiných médií, které byly využity ve 100 procentech zkoumaných epizod. Tyto materiály jsou použity především ve formě krátkých videoklipů v rámci tematického monologu či novinkového segmentu (viz obrazová příloha 2.1). Jako jejich zdroje slouží hlavní televizní zpravodajská média, a to především z oblasti Spojených států amerických, jak ukazuje následující tabulka:

Tab. 11 - Výzkumná otázka 1.5: Obsahy kterých médií či jiných organizací byly viditelné na obrazovce? Jak často? Lze tato média považovat za důvěryhodná?

Ep. 3342	Inside 1x, ABC 4x, MSNBC 4x, CNN 1x; Důvěryhodná
Ep. 3343	ABC 2x, CNN 4x, Fox News 1x. Důvěryhodná
Ep. 3344	CBS 1x, Fox 4x, ABC 2x, CNN 1x; Důvěryhodná
Ep. 3345	ABC 1x, CBS 4x, CNN 1x, NBC 1x, C-Span 3x, Fox 1x; Důvěryhodná
Ep. 3346	ABC 2x, C-Span 1x, CNN 2x, CBS 2x, MSNBC 2x, The Washington Post 1x; Důvěryhodná
Ep. 3347	CBS 2x, Fox 3x, CNN 3x, ABC 1x, Spectrum 1x, MSNBC 1x; Důvěryhodná
Ep. 3348	ABC 3x, MSNBC 3x, CBS 4x, CNN 1x, The Washington Post 1x, Fox News 2x, PBS 1x, The New York Times 1x; Důvěryhodná
Ep. 3349	7 News 1x, CBS 1x, The New York Times 1x; Důvěryhodná
Ep. 3350	CBS 1x, NBC 5x, Fox 3x, C-Span 2x, CNN 1x, HBO 1x; Důvěryhodná
Ep. 3351	NBC 5x, CBS 2x, Fox 2x, ABC 2x, KTLA 1x, CNN 2x; Důvěryhodná

Rešeršní tým *The Daily Show* využívá archivu výše uvedených i jiných médií, aby získal aktuální obsah využitelný především pro moderátorův monolog na dané téma, který je vystříženými klipy televizních stanic prokládán. Nejedná se o obsah, který by byl starý několik

¹⁹⁰ GERSHONI, Miranda. Q&A: 'Daily Show' writer Zhubin Parang on his transition into comedy. *Duke Chronicle* [online]. 4. 3. 2019 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.dukechronicle.com/article/2019/03/q-a-daily-show-writer-zhubin-parang-on-his-transition-into-comedy>

¹⁹¹ Daniel Radosh. *The New Yorker* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.newyorker.com/contributors/daniel-radosh>

¹⁹² Daniel Radosh. *HuffPost* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.huffpost.com/author/daniel-radosh>

měsíců či let, ale spíše několik dnů. V převážné většině případů je na obrazovce viditelný jejich zdroj – i když to neplatí vždy, jak ukazuje následující tabulka:

Tab. 12 - Výzkumná otázka 1.6: Byl při prezentování obsahu jiných médií na obrazovce jasně viditelný zdroj?

	Ep. 3342	Ep. 3343	Ep. 3344	Ep. 3345	Ep. 3346	Ep. 3347	Ep. 3348	Ep. 3349	Ep. 3350	Ep. 3351
Ano	10	7	8	11	10	11	16	3	13	14
Ne	2	0	0	2	1	4	5	4	0	3

Jak je vidět z tabulky, u většiny klipů převzatých z archivu jiných médií bylo jednoznačně patrné, z jakého média je *The Daily Show* převzala. V několika případech, obzvláště v sedmé zkoumané epizodě, však opakovaně došlo k situaci, kdy na obrazovce běžel klip převzatý z jiného média, ale nebylo možné jednoznačně určit, ze kterého. Identifikace jiných médií totiž neprobíhá skrz dodatečně přidané upozornění ze strany *The Daily Show* – starají se o něj prominentní loga zpravodajských organizací, která jsou viditelná v původní podobě vysílaného obsahu. U případů, které nebyly označeny jako „jasně viditelné“, tedy došlo například k příliš velkému přiblížení obrazu, takže se logo média či pořadu octlo mimo záběr. Moderátor explicitně nahlas zdroje nikdy nezmiňuje, jejich identifikace tedy závisí na (někdy nedostatečném) vizuálním označení.

Na většinu výzkumných otázek spojených s rešerší je třeba v případě *The Daily Show* odpovědět negativně – zkoumané díly neodhalují tajné informace, podvodné jednání ani korupci, při rešerší nebyla využita skrytá kamera ani veřejně dostupné databáze. V konkrétních dílech ovšem dochází k vlastní terénní rešerší, především ve formě rozhovorů s konkrétními osobami – buď s experty v daném poli, nebo stakeholdery v daném průmyslu, nebo s „obyčejnými“ účastníky rešeršované události.

Tab. 13 - Výzkumná otázka 1.3: Byl pro řešerši využit osobní či elektronický kontakt se zkoumanou osobou či s osobou zodpovědnou za zkoumaný jev?

Ep. 3342	Ep. 3343	Ep. 3344	Ep. 3345	Ep. 3346	Ep. 3347	Ep. 3348	Ep. 3349	Ep. 3350	Ep. 3351
Ne	Ano	Ne	Ne	Ne	Ne	Ano	Ne	Ano	Ne

Není náhodou, že tři díly, v nichž se tento druh řešerše objevuje, jsou zároveň třemi díly, v nichž se na rozdíl od zbývajících sedmi vyskytuje reportáž. Podrobněji tedy o těchto rozhovorech pojedná příslušná podkapitola zabývající se tímto novinářským žánrem.

Lze říci, že primární rolí novinářské řešerše pořadu *The Daily Show* je průzkum aktuálních obsahů zpravodajských médií, která poskytnou námět pro tematický monolog moderátora a z jejichž archivů lze následně získat vizuální materiály, kterými jsou moderátorovy monology, případně reportáže korespondentů, proloženy. Tyto materiály jsou ve většině případů prezentované tak, aby byl divák jednoznačně schopen identifikovat původní zdroj, i když v některých relativně vzácných případech pořad v tomto ohledu selhává a určení zdroje je obtížné či nemožné.

6. 2. 4 Novinářské žánry

Pořady typu late night show byly v této práci charakterizovány svou multižánrovostí, která je jasně patrná i v případě *The Daily Show*. Ve všech zkoumaných epizodách se objevily tři žánry nebo víc – pokaždé tematický monolog, interview a headline, ve třech případech z deseti reportáž, v jednom případě panelová diskuze. Jednotlivé žánry budou blíže prozkoumány v následujících podkapitolách.

6. 2. 4. 1 Televizní zpráva & headline

Pořad *The Daily Show* s výjimkou reportáží neprodukuje vlastní televizní zprávy, přesto je nutné v tomto případě zmínit žánr headline, tedy zhuštěný přehled toho, jaké zprávy se v pořadu objeví. Poněkud matoucí je, že se tento žánr ve skutečnosti vůbec netýká pravidelného segmentu nazvaného Headlines, rozebraného v podkapitole „Struktura pořadu“, protože ten by

se dal označit spíše za několik velice krátkých tematických monologů spojených dohromady.

Headline jako žánr se v každé epizodě objevuje na samém začátku poté, co moderátor pozdraví svoje diváky. Během 10–15 vteřin se na obrazovce ukáže chystaný obsah epizody včetně zpráv a témat, které bude daná epizoda probírat. Jde o kombinaci obrazového materiálu a mluveného slova moderátora. Moderátor popisuje, o čem daná zpráva pojednává, obrazový materiál je tvořen jediným krátkým záběrem „*rozhodujícího okamžiku události*“.¹⁹³ Tento výřez sice nepředstavuje úvod do zpravodajské relace a plně tak neodpovídá definici uvedené v teoretické části, svými ostatními charakteristikami se ovšem tomuto žánru přibližuje dostatečně na to, aby bylo možné ho tam zařadit.

6. 2. 4. 2 *Tematický monolog*

Tematický monolog je ústřední součástí každého dílu *The Daily Show* a jeho tématu se často věnují i další segmenty v dané epizodě. Tento monolog nikdy není zpracován formou jednoho nepřetržitého záběru na moderátora, nýbrž je prokládán jinými krátkými segmenty – převážně obsahy jiných médií, o nichž již hovořila kapitola o rešerši. Monolog je moderátorem vždy veden ze studia od moderátorova pracovního stolu (*viz obrazová příloha 2.2*).

V porovnání s pořadem *Last Week Tonight* je okamžitě patrné, že tematické monology v *The Daily Show* představují výrazně nižší procento přibližně půlhodinové stopáže pořadu. Přehledně to ukazuje následující tabulka:

¹⁹³ LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství, s. 85.

Tab. 14 - Výzkumná otázka 3.2: Jaká je délka tematického monologu? Jak velkou část pořadu tvoří?

Ep. 3342	7 minut, 21 vteřin	25,7 % celkové stopáže epizody
Ep. 3343	6 minut, 48 vteřin	21 % celkové stopáže epizody
Ep. 3344	6 minut	21,6 % celkové stopáže epizody
Ep. 3345	7 minut, 42 vteřin	27,1 % celkové stopáže epizody
Ep. 3346	5 minut, 13 vteřin	19,9 % celkové stopáže epizody
Ep. 3347	6 minut, 33 vteřin	23,3 % celkové stopáže epizody
Ep. 3348	6 minut, 14 vteřin	22,6 % celkové stopáže epizody
Ep. 3349	6 minut, 26 vteřin	22,5 % celkové stopáže epizody
Ep. 3350	5 minut, 16 vteřin	18,9 % celkové stopáže epizody
Ep. 3351	7 minut, 56 vteřin	26,3 % celkové stopáže epizody

Téma ústředního monologu může být jedním z určujících tematických prvků pro celou epizodu včetně dalších segmentů. Také jasně ukazuje, zda se daná late night show zaměřuje spíše na popkulturní tematiku, nebo sleduje serióznější témata spadající do kategorie společenských či politických problémů. V případě zkoumaných epizod *The Daily Show* se tematický monolog věnoval těmto tematickým okruhům:

Tab. 15 - Výzkumná otázka 3.4: Jakému tématu se věnuje monolog? Jde o téma „politické“, „popkulturní“, „sociální“, nebo „jiné“?

Ep. 3342	Nominace kandidáta Demokratické strany do prezidentských voleb	Politické
Ep. 3343	Vztahy mezi USA a Francií	Politické
Ep. 3344	Summit NATO	Politické
Ep. 3345	Impeachment ¹⁹⁴	Politické
Ep. 3346	Nominace do prezidentských voleb USA	Politické
Ep. 3347	Impeachment	Politické
Ep. 3348	Válka v Afghánistánu	Politické
Ep. 3349	Prezidentství Donalda Trumpa	Politické
Ep. 3350	Volby ve Spojeném království	Politické
Ep. 3351	Nedostatek psychologů tmavé barvy pleti	Sociální

Výsledky uvedené v tabulce se sice zakládají pouze na deseti dílech, ale tento výřez jen potvrzuje dlouhodobý trend patrný i v dalších epizodách *The Daily Show*: moderátorovy ústřední monology se věnují především politickým tématům. Ve většině případů jde o témata,

¹⁹⁴ Proces obžaloby a případného odstranění z funkce prezidenta Spojených států. *The Daily Show* se věnovala impeachmentu Donalda Trumpa.

kterým se souběžně věnují i zpravodajská média – jen ve výjimečných případech se pořad věnuje unikátnímu tématu, o němž současně nereferují jiná média.

Příkladem takového výjimečného tématu je epizoda 3351, kde se Trevor Noah ve svém monologu věnuje problému nedostatku psychologů tmavé pleti, kteří by byli schopní adekvátně komunikovat s afroamerickými pacienty. Je pozoruhodné, že tématem monologu uvedeným na začátku segmentu jsou „Vánoční svátky“ a může se zdát, že půjde o další humornou rekapitulaci již existujících mediálních obsahů. Monolog ale velice rychle přesouvá k výše zmíněné problematice v rámci minisegmentu „If You Don't Know, Now You Know“¹⁹⁵, který je jen minimálně ohraničený a evidentně spadá do segmentu tematického monologu, ale naznačuje, že i sami tvůrci jej považují za „vysvětlovací segment“, za obsah, který by měl diváka poučit o tématu, o němž toho do té doby věděl jen velmi málo. Stojí za to si povšimnout, že tento monolog byl ze všech zkoumaných tím vůbec nejdelším (7 minut, 56 vteřin).

Tematický monolog v epizodě 3351 je jedním z mála příkladů, kdy je daná problematika komplexně vysvětlena a kde *The Daily Show* nespolehá na předchozí informovanost diváků z jiných zpravodajských zdrojů, jak je vidět v následující tabulce:

Tab. 16 - Výzkumná otázka 3.6: Dochází k podrobnému vysvětlení problematiky? Odpovídá monolog na otázky „jak?“ a „proč“?

Ep. 3342	Ep. 3343	Ep. 3344	Ep. 3345	Ep. 3346	Ep. 3347	Ep. 3348	Ep. 3349	Ep. 3350	Ep. 3351
Ne	Ano	Ne	Ne	Ne	Ne	Ano	Ne	Ne	Ano

Kromě epizody 3351 se podrobnému vysvětlení problematiky věnují i epizody 3343 a 3348. Tematický monolog té první se věnuje mezinárodním vztahům mezi Francií a Spojenými státy, napjatým kvůli osobním neshodám mezi prezidenty Macronem a Trumpem. Trevor Noah se však ve svém monologu nevěnoval pouze nedávné rozepři, ale i hlubšímu kontextu celé situace včetně obchodní války, kterou spolu obě země vedou. Kauzu humorně okomentoval slovy:

¹⁹⁵ „Pokud jste to nevěděli, teď už to víte.“

„Takže abychom si to shrnuli: francouzský prezident řekl, že NATO prožívá mozkovou smrt, částečně proto, že Trumpova administrativa ho přestala podporovat. A Trump, hrdý majitel umírajícího mozku, si myslel, že Macron uráží jeho osobně.“¹⁹⁶ V případě druhé zmiňované epizody, 3348, se Noah podobně komplexně věnoval problematice války v Afghánistánu, konkrétně dlouhodobým lžím, které o tomto konfliktu svým občanům sdělovala americká vláda.

Ústřední tematický monolog v případě *The Daily Show* netvoří páteř celého pořadu tak, jak je tomu v případě *Last Week Tonight*. Často jde pouze o humornou rekapitulaci faktů aktuálně probíraných ve zpravodajských médiích. V některých případech jde ovšem o komplexní shrnutí problému, ať už politického, nebo společenského, včetně vysvětlení podstaty problému a návrhů na jeho řešení.

6. 2. 4. 3 Reportáž

V *The Daily Show* jsou reportáže, při nichž se pořad přesouvá mimo studio s moderátorem, přičemž v roli reportéra působí jeden ze zmiňovaných „korespondentů“, relativně běžné. Jak již bylo zmíněno v úvodní podkapitole věnující se využití humoru, tyto reportéři často zaujmou jistou výraznou roli, často propojenou s tématem reportáže – například již zmiňovaného „fanatického masožravce“ v podání Roye Wooda Jr., který konfrontačně diskutuje s lidmi zodpovědnými za vývoj alternativních potravinářských produktů.

V rámci zkoumaných dílů se reportáž vyskytla ve třech případech: epizodě 3343, 3348 a 3350.

Jejich témata byla následující:

Tab. 17 - Výzkumná otázka 4.2: Jaké je téma reportáže?

Ep. 3343	Výroba umělých potravinářských produktů připomínajících skutečné maso
Ep. 3348	Posmrtné věnování vlastního těla na vědecké účely
Ep. 3350	Setkání na podporu prezidenta Donalda Trumpa

¹⁹⁶ *The Daily Show with Trevor Noah*. Epizoda 3343 [epizoda televizního pořadu]. New York: Comedy Central, 3. 12. 2019.

První dvě reportáže jsou si v mnoha ohledech podobné. V obou případech je nastíněn základní problém. V prvním případě je to skutečnost, že přílišná spotřeba masa ohrožuje naši planetu. V druhém případě jde o kauzu, při níž se mrtvá těla lidí, kteří si je přáli posmrtně věnovat na vědecké účely, dostala do nelicencovaných středisek, která je rozřezala na kusy a používala pro vlastní účely včetně prodeje tělesných částí na asijském trhu. Reportér se následně vydává vést rozhovory s lidmi, kteří jsou v této problematice nějak zainteresovaní: v prvním případě s výrobcí alternativních potravinářských produktů, v druhém případě s právníky zastupujícími pozůstalé oběti nelicencovaných středisek. V obou případech je zřejmé, že reportáž nejen popisuje problém, ale zároveň navrhuje i jeho řešení, které se shoduje s názorem lidí, s nimiž se reportér setkal. V prvním případě je to nutnost snížit spotřebu masa, především toho hovězího, a podporovat alternativní produkty – buď masové náhražky, nebo maso vypěstované v laboratoři. V druhém případě je to nutnost zavedení tvrdší státní legislativy, která by dokázala omezit činnost podvodných center, a podpora vzdělávací kampaně, díky níž by veřejnost byla schopná takováto centra odlišit od skutečných lékařských a vědeckých institucí. Ani v jednom případě nebyly prezentovány argumenty protistrany nebo názory, které by odporovaly centrálnímu narativu, kromě těch, které evidentně parodicky vyjadřoval korespondent Roy Wood Jr.

Třetí reportáž, v níž se korespondent Jordan Klepper vydal na setkání na podporu amerického prezidenta Donalda Trumpa, se tomuto konceptu vymyká. Místo zaměření na konkrétní problém a interview se stakeholdery patřícími k jedné či druhé straně konfliktu se reportáž vydává mezi obyčejné podporovatele Donalda Trumpa, kteří se sešli ve městě Hershey ve státě Pensylvánie, aby byli svědky projevu amerického prezidenta. Následuje série krátkých rozhovorů, v nichž reportér nechává volně mluvit své respondenty z řad amerických voličů (*viz obrazová příloha 2.3*). Zjišťuje, jaká v tomto politickém táboře vládne nálada, co se změnilo od doby poslední volební kampaně, co se lidem líbí a co se jim nelíbí. Tyto rozhovory jsou

zjevně nepřipravené a improvizované. Reportér do nich někdy zasahuje méně a nechá respondenty otevřeně mluvit, jindy se je snaží „nachytat“ a dosáhnout tak humorného efektu jako v případě následující výměny věnující se přepisu telefonního hovoru mezi Donaldem Trumpem a ukrajinským prezidentem, který se stal základem pro snahu o odstranění prezidenta z funkce:

Reportér: „*Takže podle vás je důležité, aby si každý přečetl transkripci toho hovoru?*“

Podporovatel Donalda Trumpa: „*Ano, každý by si ji měl přečíst a myslet sám za sebe.*“

Reportér: „*Ale vy jste ji nečetl.*“

Podporovatel Donalda Trumpa: „*Ne, já ne.*“

Reportér: „*Ale říkáte, že je to důležité.*“

Podporovatel Donalda Trumpa: „*Ano. Nebuďte ovce, myslete sami za sebe.*“

Reportér: „*Ale abychom si to úplně ujasnili, vy jste ji nečetl. Přečetl ji někdo za vás.*“

Podporovatel Donalda Trumpa: „*Ano. Nebuďte ovce, myslete sami za sebe, udělejte si svůj vlastní výzkum.*“

Rozhovor byl zakončen hlasem reportéra doprovázejícím záběry na tlačící se davy: „Nebuďte ovce. Tomuto poselství lidé popohánějí skrz brány do ohrad, kde je hlídají muži na koních, rozumějí.“¹⁹⁷

Jedná se o dva velice rozdílné přístupy k vedení reportáže, z nichž ani jeden není nestranný a nepůsobí objektivně. Ten první se soustředí na navrhování řešení určitého problému silně stylizovanou osobností reportéra a jeho respondenty. Ten druhý zase organicky přenáší diváka přímo na místo, aniž by byl rušen „divadelním výstupem“ reportéra, ovšem subjekty reportáže jsou úmyslně vyobrazeny v negativním světle. Tyto rozdíly (a některé podobnosti) jsou patrné i při pohledu na následující tabulku:

¹⁹⁷ *The Daily Show with Trevor Noah*. Epizoda 3350 [epizoda televizního pořadu]. New York: Comedy Central, 16. 12. 2019.

Tab. 18 – Výzkumné otázky 4.3–4.6:

	4.3 Popisuje reportér své vlastní pocity?	4.4 Zachycuje reportáž výpovědi obou stran případného konfliktu?	4.5 Dochází k podrobnému vysvětlení problematiky? Odpovídá reportáž na otázky „jak?“ a „proč?“	4.6 Řeší-li reportáž nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?
Ep. 3343	Ano	Ne	Ano	Ano; Více
Ep. 3348	Ano	Ne	Ano	Ano; Více
Ep. 3350	Ano	Ano	Ne	Ne

V pořadu *The Daily Show* se objevilo mnoho segmentů, které tomuto rozdělení na dva možné typy zpracování reportáže odpovídají, ale i takové, které nelze jednoduše zařadit, například proto, že se věnují konkrétnímu problému, ovšem dávají prostor k vyjádření více stranám. Příkladem tohoto typu reportáží je ta odvysílaná v rámci epizody 2779, která se věnuje rozdílu v platech mezi americkými národními reprezentačními týmy mužů a žen ve fotbale. Strukturálně se jedná o reportáž prvního popisovaného typu: korespondent Hasan Minhaj vstupuje do role skeptika, který se neztotožňuje s názorem, že by ženská reprezentace měla dostávat stejně vysoký plat jako ta mužská, dokud ho „nepřesvědčí“ členky americké ženské reprezentace – přesně jako tomu bylo v případě reportáže zabývající se náhražkami masa. V této reportáži ovšem dostane prostor k vyjádření i protistrana v podobě komentátora Gavina McInesse, který prezentuje svůj vlastní, protikladný argument. Na výzkumnou otázku 4.4 by v tomto případě bylo odpovězeno kladně.

Další reportáže se podobají druhému uvedenému typu tím, že se v nich reportéři vydávají na veřejnost a improvizovaně hovoří s obyčejnými lidmi, ale bez otevřené snahy je přimět prohlásit něco nesmyslného (a tedy humorného), jak to bylo patrné v reportáži ze setkání podporovatelů Donalda Trumpa. Příkladem je reportáž z epizody 2728, která se zabývá změnou nevhodného znaku města Whitesboro, na němž bílý osadník škrtil indiána. Korespondentka Jessica Williams sice podporuje změnu tohoto znaku, ovšem při rozhovorech nechává

obyvatele města, aby se k tomuto návrhu volně vyjádřili, aniž by se snažila je chytat do argumentační pastí.

Je jednoznačně patrné, že žánr reportáže je důležitou součástí *The Daily Show* a že se tyto reportáže často věnují společensky zásadním tématům. Nelze ovšem prohlásit, že stoprocentně splňují normy nestrannosti a objektivity – reportéři *The Daily Show* neuvádějí nepravdivé informace ani nepřekrucují skutečnost, ale často dávají prostor k vyjádření pouze jedné straně konfliktu či prokazují svou zaujatost jiným způsobem.

6. 2. 4. 4 Interview

Interview s hostem se vyskytuje v každém dílu pořadu *The Daily Show*, typicky jako poslední segment před závěrečným rozloučením moderátora a titulky. Zpravidla se host dostává přímo do studia a dialog probíhá u moderátorova stolu. Rozhovor probíhá bez evidentních časových skoků a působí jako kontinuální dialog v reálném čase.

Do pořadu jsou zváni hosté především s popkulturním pozadím – herci, hudebníci, spisovatelé atd. Velice často je bezprostředním impulsem k jejich účasti v pořadu vydání uměleckého díla – vychází nový film, hudební album, kniha. Tón interview se ve většině případů dá považovat za odlehčený, některé rozhovory ovšem lze označit za vážné diskuze o obtížných tématech.

Rozdělení těchto dvou témat ukazuje následující tabulka:

Tab. 19 – Výzkumné otázky 5.3–5.5:

	5.3 Je tón interview vážný, nebo odlehčený?	5.4 Kdo je hostem interview?	5.5 Jaké je téma interview?
Ep. 3342	Odlehčený	Mark Ruffalo, herec	Nový film; Popkulturní
Ep. 3343	Vážný	Ta-Nehisi Coates, spisovatel	Nová kniha; Popkulturní Rasismus v USA; Sociální
Ep. 3344	Vážný	Brittany Howard, hudebnice	Nové album; Popkulturní Rasismus v USA; Sociální
Ep. 3345	Odlehčený	John Lithgow, herec	Nový film; Popkulturní Roger Ailes; Sociální
Ep. 3346	Odlehčený	Kelly Marie Tran, herečka	Nový film; Popkulturní
Ep. 3347	Vážný	Alfre Woodard, herečka Aldis Hodge, herec	Nový film; Popkulturní Trest smrti; Sociální
Ep. 3348	Odlehčený	Lupita Nyong'o, herečka a spisovatelka	Nový film a kniha; Popkulturní
Ep. 3349	Odlehčený	Solange Knowles, hudebnice	Nové album; Popkulturní
Ep. 3350	Odlehčený	Dan Soder, komik	Nový pořad; Popkulturní
Ep. 3351	Odlehčený	Zozibini Tunzi, Miss Universe	Vítězství v soutěži Miss Universe; Popkulturní

V každém zkoumaném interview se objevilo popkulturní téma povětšinou založené na vydání nového uměleckého díla. Většina těchto interview se odehrávala v odlehčeném tónu charakterizovaném tím, že moderátor a host spolu probírají především dané dílo, vybízejí diváky k jeho vyzkoušení a žertují při tom. Takovéto rozhovory jsou typicky doprovázeny častým smíchem diváků přítomných ve studiu v reakci na slova moderátora či hosta.

Jiné rozhovory se sice zpočátku týkají popkulturního tématu, ale jejich tón se velice rychle změní na vážný a po zbytek stopáže není možné slyšet z publika smích. K této změně dochází zpravidla tehdy, když se moderátor a host začnou bavit o společenských tématech, která nějakým způsobem souvisejí s prezentovaným dílem.

V epizodě 3343 afroamerický spisovatel Ta-Nehisi Coates prezentuje svou novou knihu *The Water Dancer*, která zobrazuje fantastický svět černého otroka se superschopnostmi. Interview rychle přejde od diskuze o knize k diskuzi o utiskování Afroameričanů v americké společnosti.

Velmi podobným způsobem probíhá i interview v následující epizodě, jehož hostem je afroamerická hudebnice Brittany Howard.

Silným příkladem vážného interview je epizoda 3347, v níž herci Alfre Woodard a Aldis Hodge prezentují nový film *Clemency*, v němž Woodard hraje správkyni věznice a Hodge černošského odsouzenec, který čeká na trest smrti (viz obrazová příloha 2.4). Diskuze o filmu hraje v interview okrajovou roli a moderátor s hosty místo toho diskutuje o společenských dopadech trestu smrti a o psychologických strastech, které zažívají zaměstnanci věznic i samotní odsouzenec.

Herec Aldis Hodge říká: „Když se bavíme o trestu smrti, počítáme s tím, že společnost bude do jisté míry pacifikována myšlenkou vraždy s pláštíkem spravedlnosti. Ale my se musíme zaměřit na kauzalitu. Musíme se zaměřit na ty, kdo tento trest vykonávají, a dodat na vážnosti jejich obětem.“¹⁹⁸ Moderátor Trevor Noah o chvíli později vysvětluje: „Studie ukazují, že vězeňští správci trpí posttraumatickou stresovou poruchou, zvláště ti, kteří mají na starost odsouzenec k smrti. Je to pro společnost obtížné akceptovat, ale poprava neubližuje jen odsouzeným a jejich rodinám, nýbrž i těm, jejichž úkolem je připravit odsouzenec o život.“¹⁹⁹

V kapitole o interview bylo řečeno, že za nejprestižnější a nejváženější hosty bývají považováni politici. Ti jsou hosty *The Daily Show* jen velice vzácně. Za celý rok 2019, kdy bylo odvysíláno více než 150 epizod, se politici v interview objevili pouze 18x. Nejnovější epizodou s politickým interview byla epizoda 3332 z 6. listopadu, kde vystoupil Julián Castro, jeden z možných kandidátů Demokratické strany na prezidenta Spojených států. Za poslední rok je za nejvýznamnějšího politického hosta možné považovat senátora Bernieho Sanderse, který vystoupil v epizodě 3241 odvysílané 4. dubna 2019.

¹⁹⁸ *The Daily Show with Trevor Noah*. Epizoda 3347 [epizoda televizního pořadu]. New York: Comedy Central, 10. 12. 2019.

¹⁹⁹ Tamtéž

Absence politických hostů a prominence popkulturních témat by mohly na první pohled naznačovat, že rozhovorový segment *The Daily Show* bude působit povrchně, že půjde především o prostor určený k propagaci nových popkulturních děl a že jeho tón bude primárně humorný. Kvalitativní zkoumání ovšem ukazuje, že moderátor Trevor Noah často organicky přechází k vážným tématům, která se svými hosty dopodrobna rozebírá a ukazuje tak vynikající připravenost, po které u novinářského interview volají Halada a Osvaldová.²⁰⁰

6. 2. 5 Novinářské formy

6. 2. 5. 1 *Investigativní žurnalistika*

Ačkoliv bylo ukázáno, že pořad *The Daily Show* využívá důkladnou rešerši klíčovou pro produkci interview, reportáží i tematických monologů, tato rešerše se omezuje především na již odvysílané obsahy dostupné z archivů audiovizuálních zpravodajských médií. K vlastní, samostatné investigativní činnosti nedochází ani v případě podrobně zkoumaných deseti dílů, ani v žádné z jiných epizod, které byly do výzkumu zahrnuty. Na klíčové výzkumné otázky „1.8: Odhaluje rešerše informace, které se někdo snaží skrývat nebo by jinak nevešly v známost?“ a „1.9: Odhaluje rešerše podvodné jednání, korupci nebo zdravotní riziko?“ je nutné ve všech případech odpovědět negativně. Odpovědí na otázku „6.1: Jaké znaky investigativní žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?“ je tedy „žádné nebo téměř žádné“.

6. 2. 5. 2 *Vysvětlovací žurnalistika*

Vysvětlovací žurnalistika se snaží komplexně vysvětlit nějakou problematiku a odpovídat na otázky „jak?“ a „proč?“, a to bez tlaku na aktualitu – toto vysvětlení by mělo obstát i v případě, že se k němu divák dostane například několik měsíců či let po odvysílání. Pořad *The Daily Show* vykazuje poměrně výrazné znaky této formy žurnalistiky, a to především v souvislosti s reportážemi a některými interview. V případě tematických monologů tyto znaky natolik viditelné nejsou, jak je patrné z odpovědi na výzkumnou otázku 3.6:

²⁰⁰ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*, s. 116.

**Tab. 20 - Výzkumná otázka 3.6: Dochází k podrobnému vysvětlení problematiky?
Odpovídá monolog na otázky „jak?“ a „proč“?**

Ep. 3342	Ep. 3343	Ep. 3344	Ep. 3345	Ep. 3346	Ep. 3347	Ep. 3348	Ep. 3349	Ep. 3350	Ep. 3351
Ne	Ano	Ne	Ne	Ne	Ne	Ano	Ne	Ne	Ano

Jak již bylo řečeno v kapitole zabývající se tematickým monologem v *The Daily Show*, pořad většinou spoléhá na předchozí informovanost diváků ze zpravodajských zdrojů. Jen v poměrně vzácných případech věnuje prostor tomu, aby problematiku od základů a pečlivě objasnil. Jedním z důvodů může být krátká stopáž monologů (relativně nejdelší monolog byl součástí epizody 3345, kde zabíral 27,1 % celkové stopáže pořadu), dalším skutečností, že monology se jen výjimečně zabývají unikátním tématem, které není současně pokryto zpravodajskými médii, a tedy je nutné ho divákům podrobně vysvětlit.

V kapitole pojednávající o interview v *The Daily Show* již bylo zmíněno, že moderátor často probírá problematiku do větší hloubky, než by bylo nutné vzhledem k „popkulturnímu“ tématu, a tím často odpovídá na otázky „jak?“ a „proč?“. K odpovědím na tyto otázky dochází i v případě reportáží, jak ukazuje následující tabulka:

**Tab. 21 - Výzkumná otázka 4.5: Dochází k podrobnému vysvětlení problematiky?
Odpovídá reportáž na otázky „jak?“ a „proč“?**

Ep. 3343	Ep. 3348	Ep. 3350
Ano	Ano	Ne

První dvě reportáže věnují dostatečný čas tomu, aby diváka důkladně seznámily s určitým jevem. V prvním případě jde o přílišnou spotřebu hovězího masa a její vliv na životní prostředí, v druhém případě jde o existenci podvodných center, kam lidé věnují tělo na vědecké účely, jen aby bylo rozprodáno na části. Pouze v případě třetí reportáže, v níž se reportér vydal na setkání příznivců prezidenta Donalda Trumpa, k žádnému vysvětlování nedochází – autoři zjevně počítají s tím, že americké publikum je s domácí politikou obeznámeno a není nutné vysvětlovat, proč nějaké setkání probíhá nebo jaký má vliv na chystanou prezidentskou

kampaň.

Ve výsledku se tedy dá na výzkumnou otázku „7.1: Jaké znaky vysvětlovací žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?“ odpovědět, že *The Daily Show* vykazuje poměrně výrazné znaky vysvětlovací žurnalistiky.

6. 2. 5. 3 Konstruktivní žurnalistika

Omezuje se pořad pouze na pokud možno nestranné vyobrazení nějakého jevu či skutečnosti, nebo přímo navrhuje řešení (v ideálním případě více než jedno), jak problém vyřešit či jak mu předejít? Na tuto otázku je třeba odpovědět, aby bylo možné určit, zda pořad vykazuje znaky konstruktivní žurnalistiky. Výsledky výzkumu v případě *The Daily Show* ukazuje následující tabulka:

Tab. 22 - Výzkumná otázka 3.7, 4.6. a 5.6:

	3.7: Řeší-li monolog nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?	4.6: Řeší-li reportáž nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?	5.6: Řeší-li interview nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?
Ep. 3342	Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 3343	Ne	Ano; Více	Ne
Ep. 3344	Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 3345	Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ano; Jedno
Ep. 3346	Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 3347	Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ano; Jedno
Ep. 3348	Ano; Jedno	Ano; Více	Ne
Ep. 3349	Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 3350	Ne	Ne	Ne
Ep. 3351	Ano; Jedno	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne

Jak je vidět z výsledků výzkumu, většina tematických monologů ani interview se nepokouší hledat možná řešení problémů, na které poukazují (pokud na ně poukazují). V případě tematických monologů navíc nelze ani dvě uvedené výjimky považovat za jednoznačné ukázky konstruktivní žurnalistiky – jednak proto, že navrhují pouze jediné řešení, jednak proto, že jimi navrhovaná řešení jsou velice neurčitá. V případě epizody 3348 moderátor navrhuje ukončit

válku v Afghánistánu a stáhnout odtamtud americké jednotky, protože neexistuje jasně daný cíl, který by bylo možné splnit. Nezabývá se ovšem konkrétními možnostmi provedení toho „řešení“. Epizoda 3351 zabývající se nedostatečným počtem afroamerických psychologů zase navrhuje přiblížit atmosféru při terapii náboženské atmosféře černošských kostelů, aby tak terapeuti přilákali více Afroameričanů, ale tento návrh není myšlený zcela vážně a slouží spíše jako úvod pro následný humorný skeč černošského kněze v roli psychologa.

Více znaků konstruktivní žurnalistiky vykazují reportáže. Reportáž zabývající se náhražkami masa navrhuje několik možných řešení, jak zabránit dalšímu zhoršování klimatických změn, mezi nimi investice do vývoje dokonalejších náhražek, nižší spotřebu masa všeobecně a vyšší důvěru v umělé maso založené na zeleninovém základu. Reportáž zabývající se podvodnými lékařskými centry prodávajícími kusy mrtvých těl volá po zpřísnění legislativního dohledu nad těmito centry a navrhuje, aby lidé věnovali svoje tělo na vědecké účely pouze nemocnicím a jiným ověřeným lékařským centřům.

V případě interview se sice dá říct, že moderátor spolu s hosty někdy naleznou preferované řešení problému, ale opět je obtížné tento výstup označit za konstruktivní žurnalistiku kvůli nekonkrétnosti onoho řešení. Například v epizodě 3347 se hosté, herci Alfre Woodard a Aldis Hodge, shodnou s moderátorem, že je třeba vyvinout snahu porozumět jak vězňům odsouzeným k smrti, tak správcům vězení, kteří jsou nuceni dohlížet na vykonání rozsudků. Ovšem sdělení, že je třeba „více empatie“, se ve skutečnosti dá jen stěží považovat za skutečný návrh, jak daný problém vyřešit. V rozhovoru například ani jednou nezazněl názor, že by mělo dojít ke zrušení samotné instituce trestu smrti.

Na výzkumnou otázku „8.1: Jaké znaky konstruktivní žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?“ je tedy poměrně složité odpovědět. Reportáže tyto znaky vykazují konzistentně, ale u ostatních segmentů jsou spíše minimální. Vzhledem ke skutečnosti, že reportáže se nevyskytují ani v 50 % zkoumaných dílů *The Daily Show*, je nutné odpovědět, že výskyt znaků konstruktivní

žurnalistiky je nízký.

6. 2. 6 Shrnutí

Při zkoumání pořadu *The Daily Show with Trevor Noah* vyšel najevo relativně výrazný stupeň konvergence s žurnalistickými postupy a žánry, a to především díky kvalitní reportážní práci a novinářským interview, v nichž moderátor se svými hosty probírá kromě těch popkulturních i vážná a společensky významná témata. Tematické monology se většinou věnují spíše povrchní rekapitulaci aktuálních politických událostí a jen výjimečně se zaměří na unikátní téma podložené vlastní rešerší.

Rešeršní práce pořadu spočívá především ve využívání archivních materiálů zpravodajských médií, které jsou následně využity jako součásti jednotlivých segmentů. Prezentování těchto zdrojů bylo obecně vzato na dobré úrovni a zdroje byly pro diváka viditelné, i když to neplatí pro všechny epizody – v některých z nich několikrát došlo k případu, kdy nebylo jasné, odkud daný materiál pochází.

The Daily Show nevykazuje téměř žádné znaky investigativní žurnalistiky a občasné znaky konstruktivní žurnalistiky. Objevují se ovšem znaky žurnalistiky vysvětlovací, a to především v případě reportáží a některých interview.

6.3 The Late Show with Stephen Colbert

*The Late Show with Stephen Colbert*²⁰¹ je americká late night show v současné podobě vysílaná od roku 2015, kdy moderátorskou pozici opustil komik David Letterman a nahradil jej současný moderátor Stephen Colbert. Pořad je vysílán na televizní stanici CBS a od roku 1993, kdy vznikla první iterace v čele s Lettermanem, bylo odvysíláno přes 5 tisíc epizod.²⁰²

The Late Show with Stephen Colbert je vysílána většinu pracovních dní a oproti dvěma ostatním zkoumaným pořadům klade zvláštní důraz na interview s hosty, která se v pořadu ve většině případů vyskytují dvakrát. Dále se zde vždy objevují monology moderátora, většinou i hudební vystoupení a krátké komediální skeče.

6.3.1 Struktura pořadu

Jako příklad typické struktury pořadu bude použita epizoda číslo 843, tedy chronologicky první epizoda z deseti podrobně zkoumaných v této případové studii. Jejími hlavními tématy jsou impeachment amerického prezidenta Donalda Trumpa a interview s hercem Eddiem Redmaynem. Její struktura vypadá následovně:

1. **Úvodní skeč.** Parodie na skutečný proslov korejského diktátora Kim Čong-una za použití původních záběrů, kde jsou původní anglické titulky odpovídající obsahu nahrazené vymyšlenými. (*Celková stopáž: 1 minuta, 2 vteřiny.*)
2. **Úvodní animace + přivítání publika.** Hlasatelka vítá publikum u pořadu a uvádí, jací hosté se v dané epizodě objeví (*stopáž: 31 vteřin*). Na scéně se objevuje moderátor Stephen Colbert a taktéž vítá diváky (*stopáž: 42 vteřin*). (*Celková stopáž: 1 minuta, 13 vteřin.*)
3. **Tematický monolog** na téma impeachmentu prezidenta Spojených států amerických. Moderátor oznamuje nejnovější vývoj této kauzy – konkrétní

²⁰¹ *The Late Show with Stephen Colbert*. [televizní pořad]. New York, CBS, 2015–2019.

²⁰² Late Show. *Encyclopaedia Britannica* [online]. [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Late-Show-with-David-Letterman>

obvinění, která vznesl Kongres proti prezidentovi. Na obrazovce je následně přehráno video, v němž o případu hovoří profesor Michael Gerhardt (*stopáž: 2 minuty, 28 vteřin*). Moderátor se věnuje protiargumentům zástupců Republikánské strany, kteří s obviněními nesouhlasí, a z této obrany si dělá legraci (*stopáž: 1 minuta, 19 vteřin*). Moderátor probírá čerstvě objevený důkaz – záznamy telefonních hovorů prezidenta Trumpa do Velké Británie (*stopáž: 1 minuta, 38 vteřin*). Dalším tématem jsou telefonní hovory kongresmana Republikánské strany Devina Nunese (*stopáž: 1 minuta, 58 vteřin*). Moderátor popisuje cestu prezidenta Trumpa do Velké Británie (*stopáž: 2 minuty, 17 vteřin*). Moderátor ukončuje monolog a ještě jednou rekapituluje, jací hosté se v pořadu objeví (*stopáž: 26 vteřin*). (*Celková stopáž: 10 minut, 6 vteřin.*)

4. Segment **Doin' It Donkey Style** neboli **tematický monolog** na téma primárních voleb Demokratické strany. Moderátor probírá čerstvé novinky týkající se potenciálních kandidátů Demokratické strany do prezidentských voleb. Nejprve se věnuje novému volebnímu sloganu kandidáta Joea Bidena a skutečnosti, že během projevu na okamžik vzal do úst prst své ženy (*stopáž: 2 minuty, 57 vteřin*). Moderátor se dále soustředí na kandidáty, kteří svou kandidaturu v nedávné době ukončili, včetně senátorky Kamaly Harris (*stopáž: 2 minuty, 46 vteřin*). (*Celková stopáž: 5 minut, 43 vteřin.*)
5. **Interview** s hercem Eddiem Redmaynem. Moderátor krátce představuje hosta a na obrazovce běží ukázka z jeho nového filmu (*stopáž: 1 minuta, 3 vteřiny*). Host vstupuje na pódium a probíhá rozhovor o jeho novém filmu, jeho rodině a zálibě v uzené šunce. Host většinu času vypráví historky z natáčení (*stopáž: 8*

minut, 13 vteřin). Moderátor se loučí s hostem a zve diváky ke sledování dalšího interview (*stopáž: 10 vteřin*). (*Celková stopáž: 9 minut, 26 vteřin.*)

6. **Interview** s komikem Joem Perou. Moderátor krátce představuje hosta (*stopáž: 25 vteřin*), který následně vstupuje na pódium. Probíhá rozhovor o jeho komediálním pořadu, o tom, jak vzniklo jméno pořadu a proč si Pera za téma vybral nákupy v supermarketu (*stopáž: 4 minuty, 28 vteřin*). Na obrazovce běží ukázka z epizody hostova nového pořadu (*stopáž: 42 vteřin*). Moderátor pokládá hostu sérii otázek, například: „*Jak vypadá vaše dokonalá romantická schůzka?*“ (*stopáž: 2 minuty, 13 vteřin*). Moderátor se loučí s hostem a zve diváky ke sledování druhé série jeho pořadu (*stopáž: 12 vteřin*). (*Celková stopáž: 8 minut.*)
7. **Hudební vystoupení** hudebníka Pharrella Williamse. (*Celková stopáž: 4 minuty, 53 vteřin*).
8. **Rozloučení s diváky** a pozvánka na příští díl. (*Celková stopáž: 17 vteřin.*)

6. 3. 2 Humor a infotainment v *The Late Show*

Humorné elementy jsou v *The Late Show with Stephen Colbert* v porovnání se dvěma dalšími zkoumanými pořady velice výrazné. V pořadu se neobjevují téměř žádné segmenty, jejichž tón by se dal označit za vážný.²⁰³ V každém segmentu jsou silně početně zastoupené buď vtipy ze strany moderátora, nebo předem připravené humorné skeče, někdy animované, někdy za účasti herců.

Stejně jako u dalších dvou zkoumaných pořadů je patrné, že *The Late Show* si povětšinou nevybírá tematiku zaměřenou na soft news (s výjimkou popkulturně zaměřených rozhovorů). Právě naopak, výrazně zastoupené ústřední monology se většinou věnují politické tematice. Nesnaží se ji do hloubky komentovat nebo přicházet s novými úhly pohledu – tyto hard news

²⁰³ Srov. tabulku Tab. 29 – Výzkumná otázka 5.3–5.5 v sekci *Interview*.

tvůrcům pořadu slouží spíše jako podklad pro vtipy a parodii. Informace prezentované během těchto segmentů jsou ovšem podloženy důkladnou rešerší, jak ukáže následující podkapitola.

6. 3. 3 Použití žurnalistických postupů

6. 3. 3. 1 Rešerše

V případě *The Late Show with Stephen Colbert* není přítomnost profesionálních žurnalistů ve scenáristickém týmu patrná tak, jako je tomu u ostatních zkoumaných pořadů. Tři hlavní postavy kreativního týmu, Ariel Dumas, Jay Katsir a Opus Moreschi, totiž mají pracovní zkušenosti především s komediálním psaním a herectvím, nikoliv s žurnalistikou.²⁰⁴ To může být jedním z důvodů, proč žurnalistická konvergence v případě tohoto pořadu není tak zřetelná.

The Late Show, stejně jako řada jiných pořadů typu late night show, využívá k rešerši primárně archivní materiály jiných médií, především těch zpravodajských, které následně prezentuje v průběhu svých segmentů, zejména pak tematických monologů moderátora. Tyto materiály byly využity ve sto procentech zkoumaných epizod tohoto pořadu. Zásadní odlišností oproti jiným pořadům typu late night show (pro srovnání např. předchozí případová studie pořadu *The Daily Show with Trevor Noah*) je ovšem skutečnost, že *The Late Show* využívá kromě audiovizuálních materiálů i ty tištěné. Pro jejich prezentaci má připravené speciální vizuální rozhraní, kde je kromě citovaného textu vždy vidět i citovaný zdroj (viz obrazová příloha 3.1). Konkrétní citované zdroje ve zkoumaných epizodách shrnuje následující tabulka:

²⁰⁴ STEINBERG, Brian. Stephen Colbert's 'Late Show' Sets New Head Writer Team. *Variety* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://variety.com/2019/tv/news/stephen-colbert-late-show-head-writer-ariel-dumas-jay-katsir-1203405176/>

Tab. 23 - Výzkumná otázka 1.5: Obsahy kterých médií či jiných organizací byly viditelné na obrazovce? Jak často? Lze tato média považovat za důvěryhodná?

Ep. 843	C-Span 1x, Twitter 3 x, Sněmovna reprezentantů 2x, The Washington Post 4x, Bílý dům 1x, Politico 1x, The New York Times 1x; Důvěryhodná
Ep. 844	Variety 1x, CBS 4x, oficiální Twitter 1x, Politico 2x, MSNBC 1x, Axios 1x, CNN 1x, People 1x, New York Post 1x, Fox News 1x, AV Club 1x, Health 1x, Page Six 1x; Důvěryhodná
Ep. 845	The New York Times 2x, oficiální Facebook 1x, The Washington Post 1x, Axios 1x, C-Span 1x, CNN 1x; Důvěryhodná
Ep. 846	C-Span 1x, NPR 1x, The New York Times 2x, CBS 3x, CNN 1x, Americké ministerstvo spravedlnosti 1x, Axios 1x, The Washington Post 1x, Bílý dům 2x, Politico 1x, oficiální Twitter 4x, AP 1x, OAN 1x; Důvěryhodná
Ep. 847	CBS 1x, Twitter 2x, MSN 1x, AP 1x, ABC 1x, MSNBC 1x, Fox News 2x, New York Post 1x, Yahoo News 1x, CNN 1x, USA Today 1x, Huffington Post 1x; Důvěryhodná
Ep. 848	The Washington Post 1x, C-Span 3x, CNN 2x, MSNBC 2x, Fox News 1x, CBS 1x, Huffington Post 1x, ProPublica 1x, WebMD 1x, The New York Times 2x; Důvěryhodná
Ep. 849	CNN 4x, Politifact 1x, The New York Times 1x, PBS 1x, Business Insider 1x, oficiální Twitter 3x, C-Span 1x, Huffington Post 1x, Lad Bible 1x, Smithsonian 1x, Fox News 1x; Důvěryhodná
Ep. 850	Army Times 1x, The New York Times 4x, C-Span 1x, The Verge 1x, The Washington Post 1x, ArtNet News 1x, Politico 1x, The Guardian 1x, Fox News 1x; Důvěryhodná
Ep. 851	The New York Times 3x, Sněmovna reprezentantů 2x, C-Span 2x, Fox News 1x, The Washington Post 1x, CNN 2x, Vox 1x, OAN 1x, Twitter 1x, ABC 1x, BuzzFeed News 1x, Zola.com 1x, The Hollywood Reporter 1x, The Guardian 1x, CBS 1x; Důvěryhodná
Ep. 852	Bílý dům 1x, CBS 1x, Huffington Post 2x, AP 1x, Forbes 1x, oficiální Twitter 1x, The Wall Street Journal 2x, Instagram 1x, CNN 3x, Vulture 1x, E-News 1x, The Guardian 1x; Důvěryhodná

Jak je patrné, *The Late Show* kromě obsahů jiných médií využívá i oficiální státní archivy, čímž se liší například od předchozího zkoumaného pořadu, *The Daily Show*. *The Late Show* využívá oficiální materiály poskytované Bílým domem či Sněmovnou reprezentantů Kongresu Spojených států amerických. Případy využití těchto zdrojů jsou uvedeny v následující tabulce:

Tab. 24 - Výzkumná otázka 1.2: Byla pro rešerši využita veřejně dostupná oficiální databáze, např. státní či městské archivy?

Ep. 843	Ep. 844	Ep. 845	Ep. 846	Ep. 847	Ep. 848	Ep. 849	Ep. 850	Ep. 851	Ep. 852
Ano	Ne	Ne	Ano	Ne	Ano	Ne	Ne	Ano	Ano

Materiály dostupné z oficiálních státních zdrojů byly využity v 50 % zkoumaných epizod, a to jak materiály audiovizuální (například záběry z tiskových konferencí amerického prezidenta Donalda Trumpa poskytnuté kanceláří Bílého domu), tak materiály tištěné (například žaloba amerického prezidenta schválená Sněmovnou reprezentantů a poskytnutá Ministerstvem spravedlnosti). Zdroj těchto materiálů byl na obrazovce vždy jasně viditelný.

V mnoha jiných případech zdroj na obrazovce patřičně viditelný nebyl – zpravidla se to týká videí a obrázků, u psaného textu zasazeného do zmíněného vizuálního rozhraní byl zdroj viditelný vždy.

Tab. 25 - Výzkumná otázka 1.6: Byl při prezentování obsahu jiných médií na obrazovce jasně viditelný zdroj?

	Ep. 843	Ep. 844	Ep. 845	Ep. 846	Ep. 847	Ep. 848	Ep. 849	Ep. 850	Ep. 851	Ep. 852
Ano	13	17	7	20	14	15	16	12	20	16
Ne	4	7	1	6	5	3	9	4	7	4

V každé zkoumané epizodě převzaté materiály, u kterých byl řádně uvedený zdroj, převažovaly nad těmi, u nichž tomu tak nebylo. I tak ovšem bylo materiálů bez uvedeného zdroje poměrně vysoké množství v porovnání s ostatními zkoumanými pořady. Moderátor Stephen Colbert svém monologu či v jiném segmentu zřídka explicitně zmiňuje zdroj, z něhož pořad při rešerši čerpal, jak ukazuje následující přehled:

Tab. 26 - Výzkumná otázka 1.7: Zmínil moderátor zdroj explicitně?

Ep. 843	Ep. 844	Ep. 845	Ep. 846	Ep. 847	Ep. 848	Ep. 849	Ep. 850	Ep. 851	Ep. 852
Ano (2x)	Ne	Ne	Ne	Ne	Ano (1x)	Ne	Ano (3x)	Ne	Ne

Rešerše v pořadu *The Late Show* je převážně zaměřená na čerpání z jiných mediálních zdrojů a nevykazuje prakticky žádné znaky investigativní žurnalistiky. Přesto mezi zkoumanými epizodami v tomto ohledu jedna představuje výjimku – epizoda 845, kdy produkční tým přímo kontaktoval muže, který se ocitl v zájmu médií coby „jediný afroamerický podporovatel Donalda Trumpa“, ale jehož podporu prezident následně ztratil. Tento případ bude podrobněji popsán v podkapitole pojednávající o reportážních postupech v *The Late Show*.

6. 3. 4 Novinářské žánry

Stejně jako u ostatních zkoumaných pořadů je u *The Late Show* jasně patrná multižánrovost. Ve všech zkoumaných epizodách bylo možné narazit na několik rozdílných žánrů, a to především tematický monolog a interview. Méně často se objevila reportáž a segment, který by se dal označit za editovanou panelovou diskuzi. Jednotlivé žánry budou blíže prozkoumány v následujících podkapitolách.

6. 3. 4. 1 Tematický monolog

Tematický monolog je velice důležitou součástí každé epizody pořadu *The Late Show*. Ve většině zkoumaných epizod se nacházejí monology dva. Jeden, který je možné dle v této práci užívané terminologie označit za „ústřední“, vždy moderátor pronáší vestoje na začátku pořadu ihned poté, co uvítá diváky ve studiu a u obrazovek (*viz obrazová příloha 3.2*). Ve většině případů následuje ihned poté monolog druhý (80 % zkoumaných epizod), vsedě od stolu, a to na odlišné téma než ten první.

Z výzkumu vyplývá skutečnost, že tematické monology v pořadu *The Late Show* představují vysoké procento celkové stopáže pořadu. V následující tabulce byl použit součet stopáží obou monologů, pokud se v dané epizodě vyskytoval více než jeden (tyto případy jsou označeny hvězdičkou). Součet stopáží byl použit také při výpočtu procentuálního zastoupení tematického monologu vzhledem k celkové stopáži pořadu.

Tab. 27 - Výzkumná otázka 3.2: Jaká je délka tematického monologu? Jak velkou část epizody tvoří?

Ep. 843	15 minut, 49 vteřin*	38,8 % celkové stopáže epizody
Ep. 844	15 minut, 33 vteřin*	38,2 % celkové stopáže epizody
Ep. 845	8 minut, 13 vteřin	20,2 % celkové stopáže epizody
Ep. 846	15 minut*	36,8 % celkové stopáže epizody
Ep. 847	13 minut, 47 vteřin*	33,9 % celkové stopáže epizody
Ep. 848	16 minut, 31 vteřin*	40,5 % celkové stopáže epizody
Ep. 849	17 minut, 5 vteřin*	42 % celkové stopáže epizody
Ep. 850	10 minut, 23 vteřin	25,5 % celkové stopáže epizody
Ep. 851	13 minut, 32 vteřin*	33,3 % celkové stopáže epizody
Ep. 852	18 minut, 35 vteřin*	42,5 % celkové stopáže epizody

Tyto monology jsou ve všech případech přerušovány doplňujícími materiály, nikdy tedy nejde o jeden nepřerušovaný záběr na osobu moderátora. Ať už moderátor monolog pronáší vestoje před diváky, nebo vsedě za stolem na pódiu, na přerušení doplňujícími materiály tato skutečnost nemá žádný vliv.

Tematické monology vždy řeší aktuální kauzu souběžně probíranou zpravodajskými médii a vždy pouze rekapitulují události či fakta a využívají je jako základ pro žerty či humorné komentáře. Tyto monology nikdy nenavrhují vlastní řešení. S výjimkou jediného zkoumaného monologu problematiku podrobně nevysvětlují a zřejmě spoléhají na to, že divák je s kauzou do jisté míry obeznámen. Témata probíraná v tematických monolozích jsou následující:

Tab. 28 - Výzkumná otázka 3.4: Jakému tématu se věnuje monolog? Jde o téma „politické“, „popkulturní“, „sociální“, nebo „jiné“?

Ep. 843	1. Impeachment prezidenta USA 2. Demokratické primární volby	Politické Politické
Ep. 844	1. Impeachment prezidenta USA 2. Více témat (segment Meanwhile)	Politické Jiné
Ep. 845	Impeachment prezidenta USA a demokratické primární volby	Politické
Ep. 846	1. Impeachment prezidenta USA 2. Názory prezidenta Donalda Trumpa na regulaci záchodů	Politické Politické
Ep. 847	1. Impeachment prezidenta USA 2. Více témat (segment Meanwhile)	Politické Jiné
Ep. 848	1. Impeachment prezidenta USA 2. ASMR techniky	Politické Popkulturní
Ep. 849	1. Impeachment prezidenta USA 2. Více témat (segment Meanwhile)	Politické Jiné
Ep. 850	Nové události kolem prezidenta Trumpa, hlavně založení Space Force	Politické
Ep. 851	1. Impeachment prezidenta USA, primární volby Demokratické strany 2. Reklama zobrazující homosexuální svatbu	Politické Sociální
Ep. 852	1. Impeachment prezidenta USA, primární volby Demokratické strany 2. Více témat (segment Meanwhile)	Politické Jiné

Tematické monology v *The Late Show* se soustředí především na politická témata, která jsou někdy nahrazena tématy sociálními, popkulturními nebo jinými. Velice často dochází k opakovanému probírání stejného tématu jako v minulých dílech. V případě zkoumaných dílů jde o téma impeachmentu prezidenta Spojených států amerických, které je velmi často spojeno s tématem primárních voleb Demokratické strany. Moderátor v takovém případě vtipně shrne nejnovější vývoj a problematiku hlouběji nevysvětluje – opět je zřejmě počítáno s tím, že diváci buď relevantní fakta znají ze zpravodajských médií, nebo viděli některou z nedávných epizod *The Late Show*.

V rámci zkoumaných dílů se objevil jediný případ, kdy takovýto přístup neplatil a kde moderátor vysvětlil danou problematiku tak, aby ji pochopili i diváci, kteří o ní nikdy předtím neslyšeli, včetně odpovědí na otázky „jak?“ a „proč?“. Jde o epizodu 848, konkrétně o v pořadí

druhý tematický monolog zabývající se technikami ASMR.²⁰⁵ ASMR lze popsat jako příjemné pocity, které je možné navodit specifickou zvukovou či obrazovou stimulací. Colbert tento proces v monologu označuje za „*pornografii pro uši*“ a pečlivě jej vysvětluje pomocí několika videí převzatých ze serveru YouTube.²⁰⁶

V některých dílech pořadu se objevuje také segment *Meanwhile*, který není zcela přesné definovat jako tematický monolog, neboť v něm moderátor zpravidla probírá více různých témat, ovšem zároveň jde o vlastní ohraničený celek, v němž jsou všechna témata spojená tím, že jde o typické soft news. Například v epizodě 852 se v monologu segmentu *Meanwhile* moderátor věnuje následujícím tématům: casting ošklivých lidí do seriálu s tematikou *Pána prstenů*; vědci objevili nejhlubší místo na pevninské části Země; herec v muzikálu *Cats* si stěžuje, že mu byl v postprodukci odstraněn penis. Tato témata lze ve valné většině případů zařadit buď do kategorie „popkulturní“, nebo do kategorie „jiné“. Tabulka je pro přehlednost souhrnně zařazuje do druhé jmenované.

Tematické monology jsou vedle interview, jemuž se bude věnovat jedna z následujících podkapitol, hlavní součástí *The Late Show with Stephen Colbert*. Velice často se věnují politickým tématům, ovšem neprobírají tato témata do hloubky a nevysvětlují je divákům, kteří nesledují zpravodajská média. Kromě politických témat jsou probírána i témata popkulturní nebo obtížně zařaditelná, která se objevují především v druhém monologu epizody.

6. 3. 4. 2 Reportáž

Žánr reportáže se v *The Late Show* vyskytuje velice vzácně. V deseti podrobně zkoumaných epizodách se segment, v němž se jeden z členů produkčního týmu vydává mimo studio, objevil pouze jednou, v epizodě 845. Tématem byl „jediný afroamerický podporovatel Donalda Trumpa“, podnikatel Gregory Cheadle. Toho sám prezident na jednom ze svých setkání

²⁰⁵ Zkratka pro autonomous sensory meridian response (samostatná smyslově-meridiánová reakce).

²⁰⁶ *The Late Show with Stephen Colbert*. Epizoda 848 [epizoda televizního pořadu]. New York: CBS, 11. 12. 2019

s podporovateli označil za „svého Afroameričana“, ovšem Cheadle si podporu prezidenta později rozmyslel.

Reportér pořadu *The Late Show* nejprve podnikl humorný rozhovor s Gregorym Cheadlem a následně se vydal do ulic mezi náhodné kolemjdoucí. Okomentoval to slovy: „*Trump potřebuje nového Afroameričana a já ho nechci zklamat. Proto jsem odjel do Harlemu v New Yorku, kde podle mého názoru žijí všichni černoši, abych mu pomohl s hledáním. Přece to nemůže být tak těžké.*“²⁰⁷

Reportér na ulici oslovil několik různých chodců a nabízel jim neplacenou pozici „Trumpova Afroameričana“, kterou všichni odmítli (viz obrazová příloha 3.3). Reportér se nakonec rozhodl, že se novým Trumpovým Afroameričanem stane on sám. Tento segment má satirické vyznění, ovšem divák je zároveň částečně informován o náladách v afroamerické komunitě a o etnickém složení podporovatelů prezidenta Trumpa.

Další reportáž s politickým tématem, zjevně mířená proti prezidentu Trumpovi, byla odvysílána v rámci epizody 764 z 20. června 2019. V tomto segmentu tým reportérů navštívil setkání příznivců prezidenta Trumpa ve městě Orlando, zdokumentoval místní situaci a zjišťoval, jaká mezi prezidentovými příznivci panuje nálada. Během rozhovorů s těmito příznivci oba reportéři předstírali, že jsou podporovateli prezidenta, a pokoušeli se skutečné příznivce vyvést z míry – některých se například ptali, kdo byl 16. prezidentem Spojených států amerických (jeden z návštěvníků setkání odpověděl: „*George Washington.*“²⁰⁸).

Reportáže *The Late Show* se kromě těch politických věnují i sportovním tématům. Reportáž sportovního charakteru se vyskytuje například v epizodě 837 z 20. listopadu 2019. V ní se sám Colbert vydává na Nový Zéland, aby divákům přiblížil nejoblíbenější novozélandský sport –

²⁰⁷ *The Late Show with Stephen Colbert*. Epizoda 845 [epizoda televizního pořadu]. New York: CBS, 16. 12. 2019.

²⁰⁸ *The Late Show with Stephen Colbert*. Epizoda 764 [epizoda televizního pořadu]. New York: CBS, 20. 6. 2019.

ragby. Setkává se s reprezentačními hráči, jako jsou Piri Weepu či DJ Forbes. Ukazuje, jakým způsobem se hráči ragby připravují na zápasy, a sám se stává součástí ragbyového tréninku. Dalším příkladem sportovní reportáže je epizoda 812 z října 2019, kde Colbert zkoumá pro změnu tréninkové praktiky hráčů baseballu za pomoci profesionálního hráče Petea Alonsa.

Jak již bylo řečeno, reportáže tvoří relativně minoritní část obsahu *The Late Show*. Podstatnější pro tuto práci tedy bude následující podkapitola, která se zabývá žánrem interview.

6. 3. 4. 3 Interview

Interview je vedle tematického monologu druhou klíčovou součástí každého dílu *The Late Show* vyskytující se ve všech epizodách. V 50 % podrobně zkoumaných epizod jsou interview dvě, oddělená reklamní pauzou. Ve zbývajících případech je host jeden a jeho vystoupení je reklamní pauzou rozděleno na dvě přibližně stejně dlouhé části. Host a moderátor spolu vždy vedou dialog u moderátorova stolu ve studiu (viz obrazová příloha 3.4).

V následující tabulce, která ukazuje hosta, téma a tón interview, označují čísla 1 a 2 jednotlivé rozhovory v případě, že se jich v epizodě objevilo více. Tón a téma jednotlivých interview jsou označeny stejně.

Tab. 29 – Výzkumná otázka 5.3–5.5:

	5.3 Je tón interview vážný, nebo odlehčený?	5.4 Kdo je hostem interview?	5.5 Jaké je téma interview?
Ep. 843	1. Odlehčený 2. Odlehčený	1. Eddie Redmayne, herec 2. Joe Pera, komik	1. Nový film; popkulturní 2. Nový pořad; popkulturní
Ep. 844	Odlehčený	Scarlett Johansson, herečka	Nový film; popkulturní
Ep. 845	1. Odlehčený 2. Odlehčený	1. Pharrell Williams, hudebník 2. Chris Parnell, herec	1. Kariéra v hudebním průmyslu; Popkulturní 2. Kariéra herce a dabéra, nová série pořadu; Popkulturní
Ep. 846	1. Odlehčený 2. Odlehčený	1. Saoirse Ronan, herečka 2. Tom Brokaw, novinář	1. Nový film; Popkulturní 2. Nová kniha a pád Richarda Nixona; Politické
Ep. 847	1. Odlehčený 2. Odlehčený	1. Ed Harris, herec 2. Florence Pugh, herečka	1. Nový film; Popkulturní 2. Nový film; Popkulturní
Ep. 848	1. Odlehčený 2. Vážný	1. Clive Owen, herec 2. Samantha Power, diplomatka	1. Nová série seriálu; Popkulturní 2. Role zaměstnanců Ministerstva zahraničí v procesu impeachmentu; Politické
Ep. 849	Vážný	Adam Schiff, politik	Impeachment prezidenta USA; Politické
Ep. 850	Odlehčený	Mark Harmon, herec	Seriálová role; Popkulturní
Ep. 851	Odlehčený	Aaron Paul, herec	Nový pořad; Popkulturní
Ep. 852	Odlehčený	Jamie Foxx, herec	Nový film; Popkulturní

Hosty a témata rozhovorů v *The Late Show* lze převážně zařadit do popkulturní kategorie – moderátor nejčastěji mluví s herci, hudebníky a komiky. Stejně jako v případě *The Daily Show* je důvodem jejich návštěvy nové kulturní dílo – chystaný film, hudební album atd. Většina interview se pohybuje v odlehčené rovině a stopáž je věnovaná především vykládání historek a představování nového díla. Na rozdíl od *The Daily Show* se hosté a moderátor téměř nikdy nevěnují vážným tématům, ani když jsou spjatá s dílem, o němž se hovoří.

Výjimkou z tohoto pravidla jsou návštěvy politických činitelů, které v desítce podrobně zkoumaných dílů představuje významný americký politik a kongresman Adam Schiff, ústřední postava snahy o impeachment amerického prezidenta, a zkušená diplomatická pracovnice

Samantha Power. V případě těchto rozhovorů sice stále ještě dochází k občasným vtipům a smíchu z publika, ale jednoznačná většina stopáže je věnovaná serióznímu rozhovoru o stavu americké demokracie.

Interview s kongresmanem Schiffem, které je kvůli délce rozděleno dvěma reklamními přestávkami místo obvyklé jedné či žádné, může sloužit jako přehledné vysvětlení procesu impeachmentu amerického prezidenta z perspektivy žalobců. Schiff, nepřerušovaný moderátorem, v úvodu říká: *„Existují dva články impeachmentu. První článek se týká prezidentových činů vzhledem k Ukrajině – prezident se pokusil vydírat vůdce cizího státu tím, že zadrží stovky milionů dolarů, které měly sloužit jako vojenská pomoc národu ve válce s Ruskem, v níž Ukrajinci umírají každý den. Prezident to udělal, aby tento stát donutil mu pomoci v jeho kampani za znovuzvolení. Aby v ní podváděl tím, že pošpiní svého rivala. To je jádro prvního článku – zneužití moci svého úřadu za účelem ovlivnění voleb. Druhý článek je stejně důležitý, protože jde o obstrukci vyšetřování Kongresu, tutláni. Pokud tento prezident, nebo kterýkoliv prezident, může Kongresu zkrátka říct: ‚Nedáme vám žádné svědky ani dokumenty bez ohledu na právní proces a soudní obsílky,‘ znamená to, že tento prezident a jakýkoliv příští prezident může být tak zkorumpovaný, nedbalý, nečestný, jak jen bude chtít, bez toho, aby se musel komukoliv zodpovídat. To je to jádro. Vydírání cizí země, aby si pomohl ve volbách, a tutláni tohoto vydírání.“*²⁰⁹ Tímto způsobem, tedy s minimálními zásahy moderátora a bez obvyklých humorných momentů, pokračuje i zbytek interview – host vysvětluje, jak proběhne případný senátní proces, jaké existují strategie pro obě strany atd. Pokud moderátor zasáhne, dokáže být konfrontační: *„Představte si, že impeachment příští týden proběhne a že prezident bude souzen v Senátu. (...) Pokud bude osvobozen, nebude situace ještě horší? Nebude si moct dělat, co se mu zachce?“*²¹⁰ Moderátora v tomto případě rozhodně nelze

²⁰⁹ *The Late Show with Stephen Colbert*. Epizoda 849 [epizoda televizního pořadu]. New York: CBS, 12. 12. 2019.

²¹⁰ Tamtéž

považovat za neutrálního, objektivního novináře, protože evidentně stojí na straně kongresmana Schiffa, který si přeje prezidenta odstranit z funkce, ale přesto pokládá otázky, které je pro hosta těžké či nepříjemné zodpovědět.

Většina interview v pořadu *The Late Show* se drží popkulturních témat a soustředí se především na nenáročné pobavení diváka. Moderátor se nepokouší propojit popkulturní díla se společenskými problémy tak, jak to bylo patrné v případové studii *The Daily Show*. Ovšem pokud je do pořadu pozván politický host, je mu poskytnut dostatečný prostor na to, aby zřetelně a podrobně vyjádřil svoje myšlenky a moderátor je dostatečně dobře připravený na to, aby s ním byl schopný vést informovaný dialog.

6. 3. 5 Novinářské formy

6. 3. 5. 1 *Investigativní žurnalistika*

Jak již bylo naznačeno v podkapitole o rešerši v *The Late Show*, tento pořad vykazuje velmi málo znaků investigativní žurnalistiky. Na rozdíl od některých jiných pořadů typu late night show využívá primární zdroje, tedy především vládní archivy Bílého domu, Sněmovny reprezentantů či některého z amerických ministerstev, ovšem pokrývá pouze témata současně pokrývaná zpravodajskými médii a nepřichází s vlastními, nezávislými zjištěními. Na výzkumné otázky „1.8: Odhaluje rešerše informace, které se někdo snaží skrývat nebo by jinak nevěšly v známost?“ a „1.9: Odhaluje rešerše podvodné jednání, korupci nebo zdravotní riziko?“ je nutné odpovědět negativně. Odpovědí na otázku „6.1: Jaké znaky investigativní žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?“ je „žádné nebo téměř žádné“.

6. 3. 5. 2 *Vysvětlovací žurnalistika*

The Late Show lze do proudu vysvětlovací žurnalistiky zařadit jen velmi okrajově. V této práci již byl zmíněn jediný příklad v rámci podrobně zkoumaných epizod, který částečně vykazuje znaky této formy novinářiny – monolog o ASMR z epizody 848. Další monology spoléhají na divácké znalosti načerpané z jiných médií, převážně těch zpravodajských, a nevěnují čas

vysvětlování, a to navzdory jejich značně vysokému podílu na celkové stopáži jednotlivých epizod.

Na otázky „jak?“ a „proč“ odpovídají některá interview, konkrétně ta s politickými představiteli. Snaha o co nejkompexnější a nejpochoptelnější vysvětlení problematiky impeachmentu a role americké státní správy v tomto procesu je patrná už v interview se Samanthou Power v epizodě 848. Ještě silnějším příkladem je výše rozebrané interview s Adamem Schiffem. Tato interview jsou ovšem relativně vzácná v porovnání s těmi, která se týkají popkulturních témat a nevykazují žádné znaky vysvětlovací žurnalistiky. Na otázku „7.1: Jaké znaky vysvětlovací žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?“ je tedy možné odpovědět: „Výrazné v případě dlouhých interview s politickou tematikou. Kromě toho téměř žádné.“

6. 3. 5. 3 *Konstruktivní žurnalistika*

Při hledání znaků konstruktivní žurnalistiky je nutné se soustředit na to, zda pořad nabízí řešení na nějaký problém – ideálně vícero řešení, mezi kterými se může divák sám rozhodnout. V případě *The Late Show with Stephen Colbert* takové znaky nalézt prakticky nelze, jak ukazují odpovědi na výzkumné otázky 3.7, 4.6 a 5.6:

Tab. 30 – Výzkumné otázky 3.7, 4.6 a 5.6:

	3.7: Řeší-li monolog nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?	4.6: Řeší-li reportáž nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?	5.6: Řeší-li interview nějaký problém, navrhuje jeho řešení? Navrhuje jich více, nebo jen jedno?
Ep. 843	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	1. Ne 2. Ne
Ep. 844	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 845	Ne	Ne	1. Ne 2. Ne
Ep. 846	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	1. Ne 2. Ne
Ep. 847	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	1. Ne 2. Ne
Ep. 848	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	1. Ne 2. Ne
Ep. 849	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 850	Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 851	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne
Ep. 852	1. Ne 2. Ne	<i>Reportáž se nevyskytuje</i>	Ne

Odpovědi na výzkumnou otázku „8.1: Jaké znaky konstruktivní žurnalistiky vykazuje zkoumaný pořad?“ je tedy „žádné nebo téměř žádné“.

6. 3. 6 Shrnutí

Konvergence pořadu *The Late Show with Stephen Colbert* s žurnalistickými postupy a žánry je evidentní zejména v případě rešerše. Ačkoliv produkční tým využívá především materiály jiných médií, na rozdíl od *The Daily Show* se neomezuje na média audiovizuální. Také využívá primární zdroje v podobě vládních archivů.

Tematické monology se většinou týkají politických témat, ovšem tato témata nejsou probíraná z nových úhlů ani dopodrobna vysvětlená pro diváky, kteří běžně nesledují zpravodajská média. Interview se běžně věnují popkulturním tématům, ale pakliže je hostem politická osobnost, rozhovor má tendenci důkladně probrat dané téma a vysvětlit jej i o tematice předem neinformovaným divákům.

7 Výsledky zkoumání

Výzkum v rámci tří případových studií ukázal, že zkoumané pořady late night show vykazují řadu podobností, ale i řadu rozdílů. Nejeфекtivnějším způsobem, jak provést komparaci mezi nimi a zároveň přehledně vyjádřit celkové výsledky výzkumu, je na tomto místě postupně prozkoumat navržené hypotézy a potvrdit je či je vyvrátit.

Hypotéza 1: Zkoumané pořady late night show prokážou vysoký stupeň profesionality při provádění novinářské rešerše, protože čerpají z velkého počtu zdrojů a původ těchto zdrojů je divákovi přehledně prezentován.

Všechny zkoumané pořady v každé ze zkoumaných epizod hojně využívají archivní materiály jiných médií, především těch zpravodajských. V případě pořadu *The Daily Show* se jedná převážně o média audiovizuální, zatímco *Last Week Tonight* a *The Late Show* využívají i psaná média, pro jejichž prezentaci existuje speciální vizuální formát.

The Daily Show jako jediný ze zkoumaných pořadů při rešerši téměř nevyužívá oficiální státní či městské databáze. *Last Week Tonight* i *The Late Show* čerpají z materiálů dostupných novinářům i veřejnosti například ze strany americké Sněmovny reprezentantů, oficiálního archivu Bílého domu či soudních záznamů jednotlivých amerických států. Skrytá kamera není využita ani jednou.

Zdroje, z nichž pořady čerpají, jsou ve většině případů přiznané. Původce obsahu je viditelný na obrazovce buď díky prominentně patrnému logu stanice či pořadu v původním vysílání, nebo díky vizuální vložce postprodukčně přidané tvůrci dané late night show. Nejpečlivější způsob uvádění zdrojů prokázal pořad *Last Week Tonight*, který jako jediný na obrazovce uvádí taktéž rok vydání zdrojového obsahu, pokud jde o obsah staršího data.

Celkový počet zdrojů využitých v deseti podrobně zkoumaných dílech ukazuje tabulka:

Tab. 31 – Celkový počet zdrojů v jednotlivých pořadech ve sledovaném období:

	Last Week Tonight	The Daily Show	The Late Show
Viditelný zdroj	281	103	150
Nejasný zdroj	36	21	50

Nejvíce zdrojů konzistentně využíval pořad *Last Week Tonight*, což je způsobeno především délkou a komplexitou tematických monologů tohoto pořadu. Uvádění zdroje převzatého obsahu nebylo zcela konzistentní ani u jednoho ze zkoumaných pořadů, ovšem nejlepší poměr viditelných a nejasných zdrojů vykázal opět *Last Week Tonight*. Poměrně nejvíce neuvedených zdrojů bylo v epizodách *The Late Show*.

Všechny zkoumané pořady se spoléhají především na vizuální identifikaci svých zdrojů. Explicitní zmínění zdroje ze strany moderátora je raritou ve všech těchto pořadech. Tyto zmínky ani v jednom z případů nepřesáhly celkovou četnost 10 výskytů napříč všemi 10 podrobně zkoumanými epizodami.

Hypotéza 1 se potvrdila zčásti. U všech zkoumaných pořadů je skutečně patrná profesionální rešerše za použití velkého množství zdrojů (ve všech případech přes 100 napříč 10 epizodami). Druhá část hypotézy je ovšem problematická, neboť k přehlednému prezentování původních zdrojů nedochází ve sto procentech případů, obzvláště v případě *The Late Show*, kde není uveden původní zdroj cizího obsahu v celé jedné čtvrtině všech případů.

Hypotéza 2: Ve všech zkoumaných pořadech typu late night show nalezneme ve 100 procentech zkoumaných epizod více než jeden žánr.

Last Week Tonight v každé epizodě využívá více žánrů – především tematický monolog doplněný komediálními skeči a dalším předpřipraveným humorným obsahem. Zřídka, v novějších sériích přibližně jen jednou za sérii, se v pořadu vyskytne i interview s hostem.

V každé epizodě *The Daily Show* se vyskytuje interview a tematický monolog moderátora, přibližně jednou za tři epizody navíc doplněný reportáží. Některé epizody taktéž obsahují

panelovou diskuzi a všechny jsou uváděny přehledem probíraných témat ve formátu žánru headline.

Každá epizoda *The Late Show* obsahuje alespoň jeden tematický monolog moderátora, většinou monology dva. V každé epizodě se taktéž vyskytuje alespoň jedno interview, častěji opět dvě. Přibližně v polovině případů pořad obsahuje hudební vystoupení a zřídka také reportáž.

Hypotéza 2 se potvrdila. Multižánrovost byla prokázána u všech zkoumaných epizod.

Hypotéza 3: Ve všech zkoumaných pořadech typu late night show nalezneme ve 100 procentech zkoumaných epizod monolog moderátora. Významnou úlohu v něm budou hrát politická témata a společenské problémy.

Tematický monolog moderátora se vyskytuje ve všech zkoumaných epizodách, a to někdy i více než jednou, především v případě pořadu *The Late Show*. Nejprominentnější je tento žánr v pořadu *Last Week Tonight*, kde tematický monolog mnohdy zaujímá více než 70 % celkové stopáže epizody. V pořadu *The Late Show* délka tematického monologu či kombinace dvou monologů zřídka přesáhne 40 % celkové stopáže epizody. V pořadu *The Daily Show* stopáž monologu v žádné ze zkoumaných epizod nepřesáhne 30 % celkové stopáže.

Témata monologů se mezi jednotlivými pořady výrazně liší. Moderátoři *The Daily Show* a *The Late Show* se zásadně věnují aktuálním událostem, především těm, jejichž téma se dá označit jako politické. *Last Week Tonight* si aktuální témata, současně probíraná zpravodajskými médii, téměř nevybírá a spíše než na politiku se soustředí na společenské problémy, jak ilustruje následující tabulka shrnující témata monologů v jednotlivých epizodách:

Tab. 32 – Témata monologů ve sledovaném období:

Epizoda pořad	Last Week Tonight	The Daily Show	The Late Show
S6E1/3342/843	Politické	Politické	Politické + Politické
S6E2/3343/844	Sociální	Politické	Politické + Jiné
S6E3/3344/845	Sociální	Politické	Politické
S6E4/3345/846	Sociální	Politické	Politické + Politické
S6E5/3346/847	Sociální	Politické	Politické + Jiné
S6E6/3347/848	Popkulturní	Politické	Politické + Popkulturní
S6E7/3348/849	Sociální	Politické	Politické + Jiné
S6E8/3349/850	Sociální	Politické	Politické
S6E9/3350/851	Politické	Politické	Politické + Sociální
S6E10/3351/852	Sociální	Sociální	Politické + Jiné

Politická a sociální témata jsou mezi tématy monologů zdaleka nejoblíbenější. Jen zřídka jsou nahrazená tématem popkulturním či takovým, které nelze přesvědčivě zařadit ani do jedné z uvedených kategorií.

Hypotéza 3 se potvrdila. Tematické monology se skutečně vyskytují ve všech zkoumaných epizodách a nejvíce zastoupenými tématy jsou ta politická a společenská.

Hypotéza 4: Ve zkoumaných pořadech se budou často, ale ne ve všech epizodách, vyskytovat reportáže. Budou splňovat žurnalistické normy objektivity a nestrannosti.

Ze všech zkoumaných pořadů se reportáže pravidelně vyskytují pouze v pořadu *The Daily Show* – v rámci deseti podrobně zkoumaných epizod třikrát. V pořadu *Last Week Tonight* tento žánr chybí úplně, v pořadu *The Late Show* se vyskytuje velice sporadicky, v rámci deseti podrobně zkoumaných epizod pouze jednou.

U většiny těchto epizod nelze tvrdit, že při jejich tvorbě byl zohledněn ideál nestrannosti. Například v případě jediné zkoumané reportáže *The Late Show* reportér hovoří výhradně s odpůrci amerického prezidenta Donalda Trumpa. V případě reportáže z epizody 3343 pořadu *The Daily Show*, která se věnuje tématu umělého masa, reportér hovoří pouze se zástupci výrobců alternativních potravinářských výrobků. Reportér sice sděluje publiku, že miluje maso a že žádným alternativním možnostem nevěří, ovšem toto jeho zánění slouží pouze jako

komiální prvek a ve skutečnosti posiluje argumenty zpovídaných výrobců. Reportáž z epizody 3348 pořadu *The Daily Show*, která se věnuje centrům na věnování těl zesnulých pro vědecké účely, také nepůsobí nestranně. Reportér zpovídá právní zástupce žalující strany a není patrný žádný pokus o kontakt druhé strany soudního sporu.

Pouze reportáž z epizody 3350 pořadu *The Daily Show*, která se věnuje setkání příznivců amerického prezidenta Donalda Trumpa, známky objektivity vykazuje. Prostor pro vyjádření dostávají právě prezidentovi podporovatelé a tento prostor využívají k argumentům, proč prezidenta podporují. Názorovou protistranu v tomto případě představuje sám reportér, který se je úmyslně snaží vyvést z míry a ukázat nekonzistenci jejich názorů. Výsledná reportáž tedy poměrně objektivně prezentuje obě strany konfliktu mezi podporovateli prezidenta Trumpa a jeho odpůrci, i když se rozhodně nedá nazvat nestrannou.

Hypotéza 4 byla vyvrácena. Reportáže se ve zkoumaných pořadech vyskytují vzácně, s pravidelností pouze v pořadu *The Daily Show*, a ani tehdy povětšinou nesplňují hypotézou požadované normy.

Hypotéza 5: Ve zkoumaných pořadech se budou často, ale ne ve všech epizodách, vyskytovat interview. Objeví se mezi nimi i vážná interview s prestižními hosty.

Interview je jedním z nejčastějších žánrů, které se ve zkoumaných pořadech objevují. Vyskytuje se ve sto procentech epizod *The Daily Show* i *The Late Show*, v některých epizodách se vyskytují interview dvě. Pouze v pořadu *Last Week Tonight* se interview vyskytuje poměrně vzácně – v podrobně zkoumaných deseti epizodách jedinkrát, ve většině předchozích sérií většinou jen jednou za celou sérii. Počet interview v jednotlivých pořadech shrnuje následující tabulka:

Tab. 33 – Počet interview v pořadech ve sledovaném období:

	Last Week Tonight	The Daily Show	The Late Show
Počet interview	1	12	15

V předchozí části práce již bylo stanoveno, že za nejprestižnější hosty jsou v kontextu interview považováni političtí činitelé. Ti se v 28 zkoumaných interview objevili dvakrát, v obou případech v pořadu *The Late Show* – šlo o americkou diplomatickou pracovníci Samantha Power a významného amerického kongresmana Adama Schiffa. Mezi významné hosty pořadu *The Late Show* lze zařadit i slavného novináře Toma Brokawa.

V pořadu *The Daily Show* se politici objevují zřídka, s nižší frekvencí než v *The Late Show*. Ve zkoumaných deseti epizodách lze za nejprestižnějšího hosta interview označit významného amerického spisovatele Ta-Nehisiho Coatese. Jediným hostem pořadu *Last Week Tonight* byla aktivistka Monika Lewinsky.

Zkoumaná interview byla rozdělena podle tónu na „odlehčená“ a „vážná“. Odlehčená charakterizovala vysoká frekvence žertů, diskuze o nevážných tématech a častý smích publika. Vážná se věnovala seriózním tématům a během jejich stopáže na ně publikum reagovalo smíchem jen minimálně nebo vůbec. Následující tabulka shrnuje rozdělení podle tónu:

Tab. 34 – Tón interview v pořadech ve sledovaném období:

Epizoda pořad	Last Week Tonight	The Daily Show	The Late Show
S6E1/3342/843	<i>Bez interview</i>	Odlehčený	Odlehčený + Odlehčený
S6E2/3343/844	<i>Bez interview</i>	Vážný	Odlehčený
S6E3/3344/845	<i>Bez interview</i>	Vážný	Odlehčený + Odlehčený
S6E4/3345/846	<i>Bez interview</i>	Odlehčený + Odlehčený	Odlehčený + Odlehčený
S6E5/3346/847	Vážný	Odlehčený	Odlehčený + Odlehčený
S6E6/3347/848	<i>Bez interview</i>	Vážný	Odlehčený + Vážný
S6E7/3348/849	<i>Bez interview</i>	Odlehčený	Vážný
S6E8/3349/850	<i>Bez interview</i>	Odlehčený + Odlehčený	Odlehčený
S6E9/3350/851	<i>Bez interview</i>	Odlehčený	Odlehčený
S6E10/3351/852	<i>Bez interview</i>	Odlehčený	Odlehčený

Většina interview se odehrávala v odlehčeném tónu, což koresponduje s faktem, že hosty byly převážně popkulturní osobnosti jako herci či zpěváci. V případě pořadu *The Late Show* se obě vážná interview pojí s interview politického činitele. V interview pořadu *The Daily Show* se političtí činitelé nevyskytovali, přesto tento pořad vykazuje větší počet vážných interview než *The Late Show*. Je to způsobeno skutečností, že moderátor Trevor Noah často vede seriózní debatu i s hosty z popkulturní kategorie, když například začne hovořit o jejich novém filmu a posléze probírá samotnou problematiku, na které je dílo založeno – trest smrti, rasismus atd.

Hypotéza 5 se potvrdila. Ve většině interview tvoří hosty popkulturní osobnosti, nicméně i taková interview mají v některých případech vážný tón, zvláště v pořadu *The Daily Show*. V *The Late Show* se pravidelněji než v ostatních pořadech objevují i prestižní hosté v podobě politických činitelů.

Hypotéza 6: Zkoumané pořady budou často, ale ne ve všech epizodách, vykazovat znaky investigativní žurnalistiky, spojené především s rešerší. Nejvíc těchto znaků bude patrných v pořadu *Last Week Tonight*.

Zkoumané epizody pořadů *The Late Show* a *The Daily Show* vykazují jen minimální nebo žádné znaky investigativní žurnalistiky. Jejich rešerše se spoléhá téměř výhradně na archivní obsahy jiných médií, v případě *The Late Show* i na oficiální prameny. Nesnaží se odkrývat skryté informace či vlastními zdroji odhalovat podvodné jednání nebo korupci.

Investigativně žurnalistické znaky jsou naopak velice patrné v pořadu *Last Week Tonight*. Nevyskytují se v každé epizodě – objevily se ve čtyřech z deseti podrobně zkoumaných epizod. Důraz na samostatnou a důkladnou vlastní rešerši, která nespolečá jen na již zveřejněné obsahy jiných médií, je ovšem v *Last Week Tonight* zřejmý. Konkrétní doklady této skutečnosti uvádí příslušná případová studie.

Hypotéza 6 se v první části nepotvrdila, neboť pořady *The Daily Show* a *The Late Show*

vykazují minimální znaky investigativní žurnalistiky. Druhá část se potvrdila, neboť *Last Week Tonight* tyto znaky vykazuje velice silně.

Hypotéza 7: Zkoumané pořady budou často, ale ne ve všech epizodách, vykazovat znaky vysvětlovací žurnalistiky spojené především s žánry moderátorova monologu, reportáže a interview. Nejvíc těchto znaků bude patrných v pořadu *Last Week Tonight*.

Znaky vysvětlovací žurnalistiky jsou patrné především v pořadech *The Daily Show* a *Last Week Tonight*. *The Late Show* tyto znaky vykazuje výhradně během dlouhých a důkladných interview s politickými činiteli, která se v pořadu vyskytují relativně vzácně.²¹¹

Pořad *The Daily Show* vykazuje znaky vysvětlovací žurnalistiky zejména během reportáží, které poměrně komplexně vysvětlují dané téma, v případě deseti podrobně zkoumaných epizod například problematiku alternativních potravin. Krátká stopáž ovšem znemožňuje hlubší průnik do dané tematiky, což platí i o relativně krátkých tematických monolozích moderátora.

Pořad *Last Week Tonight* lze přirovnat k lídrům na poli vysvětlovací žurnalistiky. Společenské problémy, kterým se věnují dlouhé tematické monology podložené kvalitní rešerší, jsou v pořadu vysvětleny velmi podrobně. Dalo by se argumentovat, že takový přístup je nutný vzhledem ke skutečnosti, že témata ústředních monologů jsou velmi často komplexní či divácky na první pohled nepříliš přitažlivá. Na rozdíl od témat, která jsou probírána ve zbylých dvou pořadech, jsou témata v ústředních monolozích *Last Week Tonight* málokdy současně probírána ve zpravodajských médiích, takže je třeba je divákům vysvětlit, neboť o nich pravděpodobně nemají žádné znalosti. Místo novinek jde o dlouhodobé problémy a Oliverovy monology mohou sloužit jako vysvětlení dané problematiky i v budoucnu, neboť aktualita u nich není důležitým faktorem, což je jeden z důležitých požadavků vysvětlovací žurnalistiky.

²¹¹ Viz Hypotéza 5.

Hypotéza 7 se potvrdila. Znaky vysvětlovací žurnalistiky jsou patrné v některých interview pořadu *The Late Show*. Často se vyskytují v reportážích, a méně často v tematických monolozích, pořadu *The Daily Show*. A v případě pořadu *Last Week Tonight* se dá za ukázkou vysvětlovací žurnalistiky považovat téměř každý tematický monolog, tedy i téměř každá epizoda.

Hypotéza 8: Zkoumané pořady budou často, ale ne ve všech epizodách, vykazovat znaky konstruktivní žurnalistiky spojené především s žánry moderátorova monologu, reportáže a interview. Nejvíc těchto znaků bude patrných v pořadu *Last Week Tonight*.

Jediný z pořadů, který nevykazuje žádné nebo téměř žádné znaky konstruktivní žurnalistiky, je *The Late Show*, protože i když se nějaké problematice věnuje důkladně, nikdy nenavrhuje řešení.

V případě pořadu *The Daily Show* nesou konstruktivní funkci především reportáže. Ty ve dvou ze tří případů navrhují řešení daného problému, a dokonce těchto řešení navrhují vícero, což je pro některé teoretiky klíčovým znakem konstruktivní žurnalistiky. Tato řešení ovšem nikdy nejsou vzájemně exkluzivní. Nenastává situace, v níž by moderátor objektivně doporučil několik možných, třeba i vzájemně nekompatibilních, řešení a ponechal na divákovi, aby se rozhodl, které z nich mu připadá nejpříjemnější. Monology a interview pak navrhují vždy jediné řešení, které doporučí buď moderátor sám, nebo moderátor spolu se svým hostem.

Nejpřesvědčivěji lze k proudu konstruktivní žurnalistiky přiřadit opět pořad *Last Week Tonight*. Tematický monolog moderátora v sedmi z deseti podrobně zkoumaných epizod navrhuje řešení probíraného problému, a to vždy více než jedno. Stejně jako v případě *The Daily Show* jde ovšem většinou o řešení vzájemně provázaná, vycházející z jediného názorového proudu, a řešení, která by mohla navrhnout případná protistrana, pořad nebere v potaz.

Hypotéza 8 se spíše nepotvrdila. Pořad *The Late Show* nevykazuje prakticky žádné znaky

konstruktivní žurnalistiky. Pořady *The Daily Show* a *Last Week Tonight* tyto znaky, v případě druhého jmenovaného pořadu velmi výrazně, vykazují, ale nezachovávají si při výběru řešení objektivitu, po níž volají někteří teoretici.

Hypotéza 9: Všechny zkoumané pořady typu late night show budou vykazovat vysoký stupeň konvergence s žurnalistickými postupy, žánry a formami.

Každá ze zkoumaných late night show vykazuje odlišné znaky konvergence s žurnalistickými postupy, žánry a formami. Pořad *The Late Show*, který takových znaků vyazuje komparativně nejméně, se vyznačuje využíváním žánru interview s prestižními hosty, zvláště pokud je hostem politický činitel, s nímž moderátor hovoří na vážné téma. Tento pořad ovšem nelze plně přiřadit ani k jedné ze tří vybraných forem žurnalistiky, byť vyazuje některé znaky žurnalistiky vysvětlovací. Stupeň žurnalistické konvergence je v tomto případě nejnižší.

Pro pořad *The Daily Show* jsou typické reportáže upozorňující na skutečný společenský problém. Tyto reportáže sice obsahují satirické a komediální prvky, ovšem zároveň efektivně vysvětlují problematiku a navrhují její řešení. Také interview s hosty s popkulturním pozadím, která se v *The Late Show* drží odlehčeného tónu, v *The Daily Show* mohou sloužit jako užitečné zdroje vážných informací.

Pro *The Late Show* i *The Daily Show* je důležitá důkladná rešerše, především v podobě čerpání archivních obsahů jiných médií. Takovouto rešerši praktikuje i pořad *Last Week Tonight*, ovšem v některých epizodách dochází k natolik důkladné a společensky závažné rešerši, že ji lze považovat za investigativní žurnalistiku. *Last Week Tonight* sice nevyužívá reportáže a většinou ani interview, ale tematické monology jsou natolik komplexně zpracované, že se tento pořad řadí k proudu vysvětlovací žurnalistiky a do značné míry i k proudu žurnalistiky konstruktivní. Stupeň žurnalistické konvergence je v tomto případě nejvyšší.

Hypotéza 9 se potvrdila, ačkoliv u každého ze zkoumaných pořadů se konvergence

s žurnalistickou praxí projevuje výrazně odlišným způsobem. Nejvyšší stupeň konvergence vykazuje pořad *Last Week Tonight with John Oliver*, nejnižší pořad *The Late Show with Stephen Colbert*.

Závěr

Diplomová práce si kladla za cíl zjistit, do jaké míry je vhodné hovořit o konvergenci žurnalistiky a pořadů late night show. Popsala historii a současnost žánru late night show včetně skutečnosti, že je v USA stále častěji využíván jako jeden z primárních zdrojů informací. Také se zaměřila na otázku, jaká je kredibilita late night show jakožto poskytovatelů informací, včetně práce profesionálních kontrolorů faktů.

Práce dále popsala americkou mediální krajinu v kontextu politické satiry a infotainmentu. Definovala oba tyto pojmy a nastínila některé unikátní vlastnosti americké mediální krajiny, zvláště dlouhodobou tendenci publika přijímat seriózní zprávy prostřednictvím komediálních a satirických pořadů.

Práce shrnula definice některých zásadních novinářských postupů a žánrů. Dále vybrala a popsala tři zastřešující novinářské formy, které jsou pro late night show potenciálně relevantní – investigativní, vysvětlovací a konstruktivní žurnalistiku,

Praktická část různými metodami zkoumala, jak se konvergence late night show s žurnalistikou projevuje s ohledem na použití běžných žurnalistických postupů a žánrů. Za tímto účelem byly ve třech případových studiích prozkoumány tři pořady late night show *Last Week Tonight with John Oliver*, *The Daily Show with Trevor Noah* a *The Late Show with Stephen Colbert*.

Práce hledala odpověď na otázky, zda a jakým způsobem tyto pořady využívají novinářskou rešerši, zda se v nich vyskytují běžné novinářské žánry (především interview, reportáž a komentář, resp. tematický monolog). Poté aplikovala zjištěné poznatky, aby jednotlivé pořady zařadila k třem vybraným formám žurnalistiky.

Výsledky výzkumu ukazují, že všechny zkoumané pořady výše popsané novinářské postupy a žánry pravidelně využívají a vykazují tak jistý stupeň konvergence s žurnalistickou praxí. To platí obzvlášť pro pořad *Last Week Tonight*, který lze přímo zařadit mezi autory investigativní,

vysvětlovací a do značné míry i konstruktivní žurnalistiky. Pořad *The Daily Show* produkuje obsahy zařaditelné k vysvětlovací žurnalistice. Pořad *The Late Show* nebylo možné zařadit ani k jedné ze zmíněných žurnalistických forem.

Výsledky výzkumu nasvědčují tomu, že tendence amerického publika využívat late night show jako relevantní zdroj informací bude pokračovat. Obsahy těchto pořadů jsou informativní, podložené rešerší a týkají se seriózních, společensky důležitých témat.

Do budoucna se nabízí možnost zkoumat late night show v českém mediálním prostředí, což nestálo v popředí zájmu této práce. Přesto jde o téma, které je bezpochyby vhodné pro další výzkum.

Žánr talk show je v českém mediálním prostoru relativně prominentní. Existují zavedené projekty jako *Uvolněte se, prosím* (respektive *Show Jana Krause*), *Všechnopárty*, *Na plovárně* a další. Těmto pořadům se z různých výzkumných pozic věnuje řada kvalifikačních prací, například diplomová práce Ivany Svobodové *Talk show Uvolněte se, prosím a její političtí hosté (kvalitativní a kvantitativní analýza účasti politiků v pořadu)*²¹² či diplomová práce Jitky Kopřivové *Srovnání misantropní talk Show Jana Krause a filantropní talk show Marka Ebena Na plovárně*.²¹³

Tyto práce se ovšem nezaměřují na konkrétní konvergenci s žurnalistickými postupy a je možné, že k jejímu výzkumu v českém prostředí není jednoznačný důvod. Prvním krokem musí být zjištění, zda české televizní či internetové publikum pořady typu talk show či late night show (nebo pořadů jim žánrově podobných) využívá jako důležitý zdroj informací takovým způsobem, jakým se to děje v americkém mediálním prostoru.

²¹² SVOBODOVÁ, Ivana. *Talk show Uvolněte se, prosím a její političtí hosté (kvalitativní a kvantitativní analýza účasti politiků v pořadu)* [online]. 2011 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/102038>. Vedoucí práce Jan Jiráček.

²¹³ KOPŘIVOVÁ, Jitka. *Srovnání misantropní talk Show Jana Krause a filantropní talk show Marka Ebena Na plovárně* [online]. 2015 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/139242>. Vedoucí práce Irena Reifová.

Pro diskuzi o žánru late night show v českém mediálním prostředí je zároveň třeba stanovit, zda se v něm pořady tohoto typu vůbec vyskytují a zda české talk show s hosty odpovídají znakům late night show amerického typu, které kromě interview s hosty obsahují i tematické monology a důraz na aktuální dění či dlouhodobé společenské problémy. Budoucí výzkum by se měl v tomto případě zaměřit nejen na televizní, ale i internetové prostředí – právě tam vznikají pořady, které lze považovat za typické zástupce žánru late night show, například *BLate Night Show* Mikoláše Tučka na serveru YouTube.²¹⁴

Budoucnost zkoumání žánru late night show v českém mediálním prostoru dost možná závisí právě na vzniku a popularitě takovýchto nezávislých pořadů, které se přibližují spíše americké než české podobě současných populárních talk show.

²¹⁴ BLate Night Show. In: *YouTube* [online]. [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UCjeTUVw1JFx34JGJrNFVRHA>

Summary

This thesis aimed to discover the merits of discussing the convergence of journalism and late night shows. It described the history and the present of the genre including the fact that it is increasingly used as one of the primary sources of information for the American public. It also focused on the question of credibility of late night shows as information sources, including the work of professional fact-checkers.

The thesis then described the American media landscape in the context of political satire and infotainment along with the unique tendency of its audiences to accept serious news through comedic and satiric shows. Afterwards, the thesis defined some of the most important journalistic methods and genres and selected three overarching journalistic concepts that are potentially relevant for late night shows: investigative, explainer and constructive journalism.

The thesis, using different methods, both quantitative and qualitative, examined the convergence between late night shows and journalism, especially with regards to the use of common journalistic methods and genres. Three shows were examined in this way: *Last Week Tonight with John Oliver*, *The Daily Show with Trevor Noah* and *The Late Show with Stephen Colbert*.

The results of this research show that every examined show indeed routinely uses said methods and genres and displays a level of convergence with journalistic practice – especially *Last Week Tonight* which can be directly classified as a producer of investigative, explainer, and mostly also constructive journalism. *The Daily Show* shows the signs of explainer journalism as well. *The Late Show* could not be included in any of the overarching categories.

The Czech media landscape was not a focus of this thesis. Nevertheless, its relationship with late night shows is suitable for further research.

The research suggests that the tendency of American audiences to use late night shows as an

important information source will continue as the work being done producing and presenting these shows is very closely aligned with journalistic practice.

Literatura

Prameny

Last Week Tonight with John Oliver. [televizní pořad]. New York: HBO, 2014–2019.

Dostupné z: <https://www.hbo.com/last-week-tonight-with-john-oliver>

The Daily Show with Trevor Noah. [televizní pořad]. New York: Comedy Central, 2015–2019.

Dostupné z: <http://www.cc.com/shows/the-daily-show-with-trevor-noah>

The Late Show with Stephen Colbert. [televizní pořad]. New York: CBS, 2015–2019.

Monografie, sborníky

AUCOIN, James. *The evolution of American investigative journalism*. Columbia: University of Missouri Press, 2005. ISBN 08-262-1615-3.

BAUMAN, Zygmunt. *Tekuté časy: život ve věku nejistoty*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80-200-1656-0.

BERGER, Arthur Asa. *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Los Angeles: Sage, 2016. ISBN 978-1-4833-7756-8.

BERTRAND, Ina a Peter HUGHES. *Media Research Methods*. Londýn: Palgrave, 2018. ISBN 978-1-137-55214-3.

CLAYMAN, Steven a John HERITAGE. *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*. New York: Cambridge University Press, 2002. ISBN 0-511-02103-8.

ERDAL, Ivar John. Bridging the Gap: Toward a Typology of Cross-media News Production Processes. In: *The Handbook of Global Online Journalism*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell, 2012, 2012-08-20, s. 177-191. DOI: 10.1002/9781118313978.ch10. ISBN 9781118313978. Dostupné také z: <http://doi.wiley.com/10.1002/9781118313978.ch10>

GAINES, William. *Investigative journalism: proven strategies for reporting the story*. Washington: CQ Press, 2008. ISBN 978-0-87289-414-3.

GORDON, Rich. The Meanings and Implications of Convergence. In: KAWAMOTO, Kevin, ed. *Digital journalism: emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2003, s. 57-73. ISBN 0-7425-2680-1.

GRIFFIN, Dustin H. *Satire: a critical reintroduction*. Lexington: University Press of Kentucky, 1994. ISBN 978-081-3118-444.

HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3752-5.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

JONES, Jeffrey P. *Entertaining politics: satiric television and political engagement*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2010. ISBN 9780742565272.

KOLODZY, Janet. *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2006. ISBN 07-425-3886-9.

KRAUS, Jiří. Komentář: Stylistický komentář k vymezování vlastností jednoho publicistického žánru. In: OSVALDOVÁ, Barbara. *O Komentáři, o komentátorech*. Praha: Karolinum, 2013, s. 15-23. ISBN 978-80-246-2424-2, s. 16.

LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In: OSVALDOVÁ, Barbora & kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vydání. Praha: Karolinum, 2011, s. 73-89. ISBN 978-80-246-1899-9.

MACKS, Jon. *Monologue: what makes America laugh before bed*. New York: Blue Rider Press, 2015. ISBN 978-0-698-16872-5.

MARX, Nick, Matt SIENKIEWICZ a Ron BECKER. *Saturday Night Live & American TV*. Bloomington: Indiana University Press, 2013. ISBN 978-0-253-01082-7.

MCCLENNEN, Sophia A. a Remy M. MAISEL. *Is satire saving our nation? mockery and American politics*. New York: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-113-7427-960.

MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. ISBN 978-80-200-2572-2.

OSVALDOVÁ, Barbora & kolektiv. *O Komentáři, o komentátorech*. Praha: Karolinum, 2013. ISBN 978-80-246-2424-2.

OSVALDOVÁ, Barbora & kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vydání. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.

OSVALDOVÁ, Barbora. Změnil internet žurnalistické standardy a žánry? In: OSVALDOVÁ, Barbora, Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ a Miloš ČERMÁK. *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009, s. 105–112, ISBN 978-80-246-1684-1.

PAVLÍČKOVÁ, Tereza. Jak nová jsou publika nových médií? In: OSVALDOVÁ, Barbora, Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ a Miloš ČERMÁK. *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009, s. 51-61. ISBN 978-80-246-1684-1.

PETERSON, Russell Leslie. *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke* [online]. New Brunswick: Rutgers University Press, 2008 [cit. 2020-01-02]. ISBN 978-081-3542-843.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá fronta, 2010. ISBN 9788020422064.

RUB-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0158-8.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.

THUSSU, Daya Kishan. *News as entertainment: the rise of global infotainment*. Thousand Oaks: Sage, 2007. ISBN 978-0-7619-6878-8.

TIMBERG, Bernard a Bob ERLER. *Television talk: a history of the TV talk show*. Austin: University of Texas Press, 2002. ISBN 02-927-8176-8.

Články

Akademické články, studie a kvalifikační práce

AITAMURTO, Tanja a Anita VARMA. The Constructive Role of Journalism. *Journalism Practice*. 2018, 12(6), 695-713. DOI: 10.1080/17512786.2018.1473041. ISSN 1751-2786. Dostupné také z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2018.1473041>

BAUM, Matthew A. Soft News and Foreign Policy: How Expanding the Audience Changes the Policies. *Japanese Journal of Political Science*. 2007, **8**(1), 115-145. DOI: 10.1017/S1468109907002502. ISSN 1468-1099. Dostupné také z: https://www.cambridge.org/core/product/identifier/S1468109907002502/type/journal_article

BAYM, Geoffrey. The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication*. 2005, **22**(3), 259-276. DOI: 10.1080/10584600591006492. ISSN 1058-4609. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492>

BREWER, Paul R. et al. “Seize Your Moment, My Lovely Trolls”: News, Satire, and Public Opinion About Net Neutrality. *International Journal of Communication* [online]. 2018, 12, 23 s. ISSN 1932-8036. [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8081/2306>

BRODIE, Ian. Pretend News, False News, Fake News: The Onion as Put-On, Prank, and Legend. *Journal of American Folklore* [online]. 2018, **131**(522), 451–459 [cit. 2020-01-03]. ISSN 00218715.

Etický kodex. Syndikát novinářů ČR, z. s. [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex>

FELDMAN, Lauren a Dannagal Goldthwaite YOUNG. Late-Night Comedy as a Gateway to Traditional News: An Analysis of Time Trends in News Attention Among Late-Night Comedy Viewers During the 2004 Presidential Primaries. *Political Communication*. 2008, **25**(4), 401-422. DOI: 10.1080/10584600802427013. ISSN 1058-4609. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600802427013>

FELDMAN, Lauren. *The news about comedy* [online]. 2016, **8**(4), 406-427 [cit. 2020-01-05]. DOI: 10.1177/1464884907078655. ISSN 1464-8849. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884907078655>

GLOGGER, Isabella a Lukas P. OTTO. *Journalistic Views on Hard and Soft News: Cross-Validating a Popular Concept in a Factorial Survey*. 2019, **96**(3), 811-829. DOI: 10.1177/1077699018815890. ISSN 1077-6990. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1077699018815890>

HAIGH, Michel M. a Aaron HERESCO. Late-Night Iraq: Monologue Joke Content and Tone From 2003 to 2007. *Mass Communication and Society*. 2010, **13**(2), 157-173. DOI: 10.1080/15205430903014884. ISSN 1520-5436. Dostupné také z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205430903014884>

HUME, Ellen. Talk Show Culture. *Ellen Hume* [online]. [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: <https://ellenhume.com/talk-show-culture/>

KOPŘIVOVÁ, Jitka. *Srovnání misantropní talk Show Jana Krause a filantropní talk show Marka Ebena Na plovárně* [online]. 2015 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/139242>. Vedoucí práce Irena Reifová.

MAST, Jelle, Roel COESEMANS a Martina TEMMERMAN. Constructive journalism: Concepts, practices, and discourses. *Journalism*. 2018, **20**(4), 492-503. DOI: 10.1177/1464884918770885. ISSN 1464-8849. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884918770885>

MAZZEI, Michael. Satire. *Salem Press Encyclopedia of Literature* [online]. 2019 [cit. 2020-01-03].

OTTO, Lukas, Isabella GLOGGER a Mark BOUKES. The Softening of Journalistic Political Communication: A Comprehensive Framework Model of Sensationalism, Soft News, Infotainment, and Tabloidization. *Communication Theory*. 2017, **27**(2), 136-155. DOI: 10.1111/comt.12102. ISSN 10503293. Dostupné také z: <https://academic.oup.com/ct/article/27/2/136-155/4061225>

Restoring Internet Freedom. Federal Communications Commission [online]. [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.fcc.gov/restoring-internet-freedom>

RIZIKYOVÁ, Markéta. *Komentář za minutu pohledem komentátorů Hospodářských novin* [online]. 2019 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/204344>. Vedoucí práce Martin Lokšík.

SKURKA, Chris, Jeff NIEDERDEPPE a Robin NABI. Kimmel on Climate: Disentangling the Emotional Ingredients of a Satirical Monologue. *Science Communication*. 2019, **41**(4), 394-421. DOI: 10.1177/1075547019853837. ISSN 1075-5470. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1075547019853837>

SVOBODOVÁ, Ivana. *Talk show Uvolněte se, prosím a její političtí hosté (kvalitativní a kvantitativní analýza účasti politiků v pořadu)* [online]. 2011 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/102038>. Vedoucí práce Jan Jiráček.

VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. *Mediální studia*, Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45. ISSN 1801-9978.

Publicistické články

BAUDER, David. Oliver adds journalism to his comedy. *Associated Press* [online]. [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <https://apnews.com/ea1d53d73d0e4a199b65d19181660e9e/oliver-adds-journalism-his-comedy>

Do scientists really think ‘Oumuamua is an alien spaceship? *The Guardian* [online]. 7. 11. 2018 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/science/shortcuts/2018/nov/07/oumuamua-alien-spaceship-scientists-harvard-professors>

EDMONDS, Rick. I was interviewed by ‘Last Week Tonight.’ Here’s why the show is journalism. *Poynter* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.poynter.org/newsletters/2016/i-was-interviewed-by-last-week-tonight-heres-why-the-show-is-journalism/>

ESS, Ramsey. ‘That Was the Week That Was’ Brings Political Satire to America. *Vulture* [online]. 2012 [cit. 2020-01-01]. Dostupné z: <https://www.vulture.com/2012/05/that-was-the-week-that-was-brings-political-satire-to-america.html>

GERSHONI, Miranda. Q&A: 'Daily Show' writer Zhubin Parang on his transition into comedy. *Duke Chronicle* [online]. 4. 3. 2019 [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.dukechronicle.com/article/2019/03/q-a-daily-show-writer-zhubin-parang-on-his-transition-into-comedy>

GOTTFRIED, Jeffrey, Katerina Eva MATSA a Michael BARTHEL. As Jon Stewart steps down, 5 facts about The Daily Show. *Pew Research* [online]. 6. 8. 2015 [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/08/06/5-facts-daily-show/>

Is John Oliver's Show Journalism? He Says The Answer Is Simple: 'No'. *NPR* [online]. 12. 2. 2012 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.npr.org/2016/02/12/466569047/is-john-olivers-show-journalism-he-says-the-answer-is-simple-no>

JACOBSON, Louis a John KRUZEL. Fact-checking Jimmy Kimmel, late-night hosts on gun violence after Las Vegas attack. *PolitiFact* [online]. 2017 [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2017/oct/03/fact-checking-jimmy-kimmel-late-night-hosts-about/>

KLEIN, Ezra. The Vox Media-Re/code deal, explained by Vox Media's CEO. *Vox* [online]. 26. 5. 2015 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2015/5/26/8663975/vox-media-recode-deal-explained>

KONUWA, Alfred. HBO's John Oliver Encourages Chants For Workers' Compensation At WrestleMania 35 In WWE Hit Piece. *Forbes* [online]. 1. 4. 2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/alfredkonuwa/2019/04/01/hbos-john-oliver-encourages-chants-for-workers-compensation-at-wrestlemania-35-in-wwe-hit-piece/>

LUCKERSON, Victor. How the 'John Oliver Effect' Is Having a Real-Life Impact. *Time* [online]. 10. 7. 2015 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://time.com/3674807/john-oliver-net-neutrality-civil-forfeiture-miss-america/>

NORRIS, Ashley. What is explainer journalism? *Fipp* [online]. 1. 6. 2015 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.fipp.com/news/opinion/what-is-explainer-journalism>

PONIEWOZIK, James. Unfortunately, John Oliver, You Are a Journalist. *Time* [online]. 2014, N.PAG [cit. 2017-05-22]. Dostupné z: <https://time.com/3589285/unfortunately-john-oliver-you-are-a-journalist/>

RHODAN, Maya. John Oliver Gave a Big Boost to Women's Scholarship Funds. *Time* [online]. 24. 9. 2014 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://time.com/3426950/john-oliver-women-scholarships/>

RICH, Frank. Truthiness Stages a Comeback. *The New York Times* [online]. 20. 9. 2008 [cit. 2018-11-27]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2008/09/21/opinion/21rich.html>

STEINBERG, Brian. And Now This: John Oliver Just Might Be a Journalist. *Variety* [online]. 16. 2. 2018 [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://variety.com/2018/tv/news/john-oliver-journalist-hbo-last-week-tonight-1202702144/>

STEINBERG, Brian. Stephen Colbert's 'Late Show' Sets New Head Writer Team. *Variety* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://variety.com/2019/tv/news/stephen-colbert-late-show-head-writer-ariel-dumas-jay-katsir-1203405176/>

SUEBSAENG, Asawin. "Last Week Tonight" Does Real Journalism, No Matter What John Oliver Says. *The Daily Beast* [online]. [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <https://www.thedailybeast.com/last-week-tonight-does-real-journalism-no-matter-what-john-oliver-says>

The 2016 Presidential Campaign – a News Event That's Hard to Miss [online]. 2016 [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <http://www.journalism.org/2016/02/04/the-2016-presidential-campaign-a-news-event-thats-hard-to-miss>

TINWORTH, Adam. We haven't even scratched surface of explainer journalism. *Journalism.co.uk* [online]. 29. 4. 2014 [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.journalism.co.uk/news-commentary/-we-haven-t-even-scratched-surface-of-explainer-journalism-/s6/a556585/>

WILKINSON, Alissa. 5 years in, HBO's Last Week Tonight is a lot more than "just comedy". *Vox* [online]. 17. 2. 2019 [cit. 2019-11-02]. Dostupné z: <https://www.vox.com/culture/2019/2/14/18213228/last-week-tonight-john-oliver-hbo-season-six>

ZINOMAN, Jason. The Latest News That Isn't. *The New York Times* [online]. [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2014/07/16/arts/john-oliver-and-clickhole-take-fake-news-in-opposite-directions.html>

Webové stránky

Between Two Ferns. Funny or Die [online]. [cit. 2019-11-02]. Dostupné z: <https://www.funnyordie.com/between-two-ferns>

BLate Night Show. In: *YouTube* [online]. [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UCjeTUVw1JFx34JGJrNFVRHA>

Constructive Journalism. *World's Best News* [online]. [cit. 2018-11-20]. Dostupné z: <https://worldsbestnews.org/constructive-journalism/>

Daniel Radosh. *HuffPost* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.huffpost.com/author/daniel-radosh>

Daniel Radosh. *The New Yorker* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.newyorker.com/contributors/daniel-radosh>

Explainers. *Vox* [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.vox.com/explainers>

Impact. *Huffington post* [online]. [cit. 2018-11-20]. Dostupné z: <https://www.huffingtonpost.com/section/impact>

Jimmy Kimmel Live! ABC [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <http://abc.go.com/shows/jimmy-kimmel-live>

Last Call with Carson Daly. NBC [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.nbc.com/last-call-with-carson-daly>

Last Week Tonight. Videos. In: *YouTube* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/LastWeekTonight/videos>

Late Night with Seth Meyers. NBC [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.nbc.com/late-night-with-seth-meyers>

Late Show. *Encyclopaedia Britannica* [online]. [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Late-Show-with-David-Letterman>

MARTIN, Justin D. The Daily Show: American Television Program. *Encyclopaedia Britannica* [online]. [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/The-Daily-Show>

Pass Notes. *The Guardian* [online]. [cit. 2018-11-22]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/news/series/pass-notes>

Real Time with Bill Maher. HBO [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.hbo.com/real-time-with-bill-maher>

The Daily Show with Trevor Noah. Comedy Central [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <http://www.cc.com/shows/the-daily-show-with-trevor-noah>

The Daily Show with Trevor Noah. Videos. In: *YouTube* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: https://www.youtube.com/channel/UCwWhs_6x42TyRM4Wstq8HA/videos

The Late Late Show with James Corden. CBS [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <https://www.cbs.com/shows/late-late-show/>

The Tonight Show. NBC [online]. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.nbc.com/the-tonight-show>

TMZ. Comedian John Oliver's bringing down of the FCC's website makes him a powerful Americans! In: *YouTube* [online]. 6. 6. 2014 [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cMwJkyzXv8k>

Vox [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.vox.com/>

WGBH News. Beat The Press Video: Real Impact Of Phony News. In: *YouTube* [online]. 6. 6. 2014 [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=VMbcIkWqGYY>

Sociální sítě

Ali Elkin. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/ali-elkin-b3487144/>

Dan Amira. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-01-04]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/dan-amira-1320756/>

Charles Wilson. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/charles-wilson-01784a7/>

Laura L. Griffin. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/laura-l-griffin-4b81343/>

Marian Wang. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2019-10-17]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/marian-wang-592b2911/>

Will Storey. In: *LinkedIn* [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/will-storey-533b9b22>

Slovníky

Cambridge Dictionary [online]. Cambridge University Press [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/>

MediaGuru.cz [online]. Praha: PHD [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/>

Merriam-Webster Online Dictionary [online]. Springfield: Merriam-Webster [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/>

Teze diplomové práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Pecháček Václav	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2015	
E-mail diplomantky/diplomanta: Pechacek.vaclav@gmail.com	
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika/magisterské prezenční	
Předpokládaný název práce v češtině: Vybrané late night shows jako zdroj informací a jejich konvergence s žurnalistickými postupy	
Předpokládaný název práce v angličtině: Selected Late Night Shows As a Source of Information and Their Convergence With Journalistic Practice	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2017/2018	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Late night shows jsou dlouholetým fenoménem americké televizní zábavy. Jejich propojení politického komentáře, prvků zpravodajství a humoru z nich činí téma hodné prozkoumání. Na téma amerických talk shows obecně a late night shows konkrétně již byla na FSV UK vypracována jedna bakalářská práce Šimonem Halamáskem v roce 2013, ta se ovšem zabývá historií žánru a nepouští se do jeho role jakožto důležitého zdroje informací soupeřícího s tradičními médii a přibližujícího se jim svými postupy a metodami.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Podle Pew Research Center jeden z pěti mladých Američanů pravidelně získával informace o americké prezidentské kampani roku 2016 z pořadů typu late night show. Přitom se jedná o pořady, jejichž cílem je tradičně spíše zabavit než informovat. Jaké žurnalistické postupy ve skutečnosti používají, a lze od nich očekávat patřičnou míru neutrality? Nalik se posouvají od klasické talk show směrem k žurnalistickému útvaru? Jak byl status quo narušen příchodem nejnovějšího fenoménu na tomto poli, britského komika Johna Olivera s jeho dlouhými, pečlivě připravenými monology na stanici HBO?	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): ÚVOD – VYMEZENÍ POJMŮ Co je late night show? Stručná historie a jejich rostoucí vliv Infotainment Žurnalistické postupy <ul style="list-style-type: none"> - Rešerše - Investigativní - Rozhovor - A další LATE NIGHT SHOWS A ŽURNALISTICKÉ POSTUPY Případové studie: Last Week Tonight The Daily Show The Late Show Míra konvergence České prostředí ZÁVĚR Je to žurnalistika? Shody a rozdíly Budoucnost žánru	
Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Late night shows v posledních třech letech, především: The Daily Show	

**The Late Show with Stephen Colbert
Last Week Tonight**

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvalitativní analýza obsahu zmiňovaných pořadů

Komparativní metoda

Případová studie

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

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

Metodologický základ pro kvalitativní formu zkoumání. Hendl popisuje a vymezuje nejružnější užitečné postupy, které budou využity při analýze zdrojového materiálu.

GAINES, William C. Investigative Journalism: proven strategies for reporting the story. Investigative Journalism: proven strategies for reporting the story / William C. Gaines. 2008. ISBN 9780872894143.

Kniha zabývající se postupy a metodami investigativní žurnalistiky od reportéra Williama C. Gainese, držitele Pulitzerovy ceny.

LISA, David M. Timberg, Bernard M. Television Talk: a History of the TV Talk Show. Library Journal [online]. 2003, 128(2), 92-93 [cit. 2017-05-15]. ISSN 03630277.

Velmi užitečný průvodce historií i současností amerických talk shows a late night shows, z něhož jsou patrné změny, které žánr za dobu své existence prodělal.

TV content analysis: techniques and applications. TV content analysis: techniques and applications / edited by Yiannis Kompatsiaris, Bernard Merialdo, Shiguo Lian. 2012. ISBN 9781439855607.

Techniky a aplikace obsahové analýzy televizních programů. Užitečné z metodologického hlediska a také díky diferenciaci mezi televizním zpravodajstvím a specializovanými programy typu talk show či late night show.

THUSSU, Daya Kishan. News as entertainment: the rise of global infotainment. News as entertainment: the rise of global infotainment / Daya Kishan Thussu. 2007. ISBN 9780761968788.

Kniha na téma fenoménu infotainmentu, jeho rostoucího globálního vlivu, klíčová pro posouzení a porovnání role zábavy ve zpravodajství.

ZINOMAN, Jason. The Latest News That Isn't. New York Times [online]. 2014, 163(56564), C1 [cit. 2017-05-22]. ISSN 03624331.

Článek nahlížející na Oliverův pořad (a další internetový fenomén, server Clickhole vlastněný společností Onion) jakožto na satiru.

PONIEWOZIK, James. Unfortunately, John Oliver, You Are a Journalist. Time.com [online]. 2014, , N.PAG [cit. 2017-05-22].

Článek, v němž novinář magazínu Time argumentuje, proč je John Oliver novinářem, přestože on sám tuto nálepku odmítá.

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)

HALAMÁSEK, Šimon. Late-night talk show v USA. Praha, 2013. 34 s. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Milan Kruml.

SVOBODOVÁ, Ivana. Talk show Uvolněte se, prosím a její političní hosté (kvalitativní a kvantitativní analýza účasti politiků v pořadu). Praha : Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií, 2011. 86 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, PhD.

JELÍNKOVÁ, Karolína. Česká politická satira na televizních obrazovkách v porovnání s americkými pořady. Praha, 2015. 135 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Petr Bednařík Ph.D.

KLIMEŠ, David. Pronikání zábavy do zpravodajského paradigmatu, její reflexe a vliv na veřejnou sféru. Praha, 2012. 116 s. Dizertační práce (Ph.D.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí dizertační práce Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

DRDOVÁ, Lada. Formální a institucionální prvky televizního žánru – talk show. Olomouc, 2015. 43 s. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Katedra divadelních a filmových studií. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Jakub Korda, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předeepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, 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.

Obrazová příloha

Obrazová příloha 1.1: Prezentování staršího zdroje v *Last Week Tonight*. (6. série, 2. epizoda)



Obrazová příloha 1.2: Využití reportáže jiného média v *Last Week Tonight*. (6. série, 3. epizoda)



Obrazová příloha 1.3: Komedijní skeč v *Last Week Tonight*. (6. série, 2. epizoda)



Obrazová příloha 1.4: Interview v *Last Week Tonight*. (6. série, 5. epizoda)



Obrazová příloha 2.1: Využití cizí reportáže v *The Daily Show*. (Epizoda 3343)



Obrazová příloha 2.2: Monolog moderátora v *The Daily Show*. (Epizoda 3347)



Obrazová příloha 2.3: Reportáž v *The Daily Show*. (Epizoda 3350)



Obrazová příloha 2.4: Interview v *The Daily Show*. (Epizoda 3347)



Obrazová příloha 3.1: Psané zdroje v *The Late Show*. (Epizoda 852)



Obrazová příloha 3.2: Monolog moderátora v *The Late Show*. (Epizoda 844)



Obrazová příloha 3.3: Reportáž v *The Late Show*. (Epizoda 845)



Obrazová příloha 3.4: Interview v *The Late Show*. (Epizoda 844)

