

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2018-2021

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Jméno a příjmení autora

Hůlek Jan

Název práce

Komunikace respondentů v Show Jana Krause v roce 2019

Praha 2021

Vedoucí bakalářské práce:

Doc. PhDr. Jaroslav Buček Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2018-2021

BACHELOR THESIS

Name and surname

Jan Hůlek

Prague 2021

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

Doc. PhDr. Jaroslav Buček Ph.D.

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autora

Poděkování

Děkuji panu Doc.PhDr.Jaroslavu Bučkoví Ph.D. za ochotu, cenné rady, přátelský přístup a veškerou pomoc při tvorbě této bakalářské práce. Mé poděkování také patří všem respondentům, kteří si našli čas a vyplnili dotazník v rámci praktické části mé bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá způsobem komunikace moderátora Jana Krause v jeho pořadu Talk Show Jana Krause v roce 2019. Nejprve je zde v teoretické části všeobecně popsána práce moderátora. Jak by měl moderátor zpracovávat dané téma a jakými způsoby pracuje se svými respondenty a recipienty při tvorbě mediálního produktu pro masové publikum. Je zde popsán žánr talk show, kterým je Show Jana Krause a nejvýznamnější osobnosti tohoto žánru. Moderátor je osobnost, která kromě znalostí a schopností je součástí mediální organizace a zároveň moderátor zastupuje i diváky, v některých případech i klade otázky za recipienty. Hlavním cílem teoretické části je prozkoumat Krausův přístup k respondentům a k recipientům, jakým způsobem ke komunikaci přistupuje a jak jeho způsob komunikace respondenti a recipienti dokáží přijmout, či nikoliv. Jelikož měla Show v roce 2019 celkem 42 epizod, je zde i má analýza, jaký typ a věková skupina hostů Krausovy show se zde nejvíce vyskytuje a jakým způsobem celý tento pořad probíhal v rámci všech jeho epizod v roce 2019.

Praktická část byla zhotovena pomocí internetového dotazníku. Celkově zde bylo až 12 otázek. Například, jaký mají respondenti k tomuto pořadu a Krausově osobnosti a jeho komunikaci vztah, co by na Show Jana Krause změnili nebo vylepšili. Průzkum byl veden pomocí dotazníku, který byl podán uživatelům sociální sítě Facebook skrze webový link na stránku dotazníku survio.com.

Klíčová slova

Kooperace, komunikace, konfrontace, moderátor, manipulace, recipient, respondent, projev, strategie, Talk Show, téma, žánr.

Annotation

The bachelor's thesis deals with the way of moderator Jan Kraus's communication in his program Show Show Jan Kraus in 2019. First, the theoretical part generally describes the work of the moderator. How should the moderator process the topic and in what ways does he work with his respondents and recipients in creating a media product for the mass audience. The genre of talk show is described here, which is the Jan Kraus Show and the most important personalities of this genre. A moderator is a personality who, in addition to knowledge and skills, is part of a media organization and at the same time the moderator also represents the audience, in some cases even asking questions as recipients. The main goal of the theoretical part is to examine Kraus's approach to respondents and recipients, how he approaches communication and how his way of communication respondents and recipients can accept or not. Since the Show had a total of 42 episodes in 2019, there is also my analysis of what type and age group of guests of the Kraus show is most present here and how the whole show took place in all its episodes in 2019.

The practical part was made using an online questionnaire. In total, there were up to 12 questions. For example, how do the respondents relate to this show and Kraus's personality and his communication, what would they change or improve at the Jan Kraus Show? The survey was conducted using a questionnaire, which was submitted to users of the social network Facebook via a web link to the page of the questionnaire [survio.com](https://www.surveymonkey.com).

Keywords

Cooperation, communication, confrontation, moderator, manipulation, recipient, respondent, speech, strategy, Talk Show, topic, genre.

ÚVOD.....

TEORETICKÁ ČÁST.....

1 Teorie mediální komunikace.....

1.1 Moderátor a jeho práce s informacemi.....10

1.2 Respondent a recipient..... 11

1.3 Konfrontace respondenta..... 11

1.4 Varianty verbálního a neverbálního jednání.....12

1.5 Druhy manipulace a šíření propagandy.....13

1.6 Mediální produkt.....15

2 Specifikace žánru Talk show.....

2.1 Historie Talk show.....15

2.2 Hlavní specifika žánru Talk Show.....16

2.3 Podžánry.....17

2.4 Nejvýznamnější moderátoři Talk show.....18

2.5 Vyhýbavé taktiky moderátorů a respondentů.....18

3 RESPONDENTI V SHOW JANA KRAUSE.....

3.1 Nejvyhledávanější skupina respondentů v roce 2019.....20

3.2 Věkové a existenční dispozice respondentů.....21

3.3 Argumentace a odolnost vůči konfrontaci.....22

3.4 Kooperace s moderátorem.....23

3.5 Vliv stresu na respondenta.....24

3.6 Asymetričnost dialogů s respondenty.....25

4 STYL MODEROVÁNÍ JANA KRAUSE.....

4.1 Osobnost moderátora.....28

4.2 Rétorické schopnosti, mluvený projev.....29

4.3 Specifický druh humoru.....29

4.4 Přesvědčivost, důvěryhodnost, znalost tématu.....30

4.5 Neverbální komunikace a gestikulace.....31

5 ANALÝZA POŘADU.....

5.1 Historie pořadu Show Jana Krause.....32

5.2 Analýza budoucího vývoje pořadu.....32

5.3 Hodnocení diváků, dostupné recenze.....33

5.4 Audiovizuální zpracování pořadu.....34

PRAKTICKÁ ČÁST.....

6 Analýza pořadu a jeho vlivu metodou internetového výzkumu...

6.1 Vyhodnocení pořadu recipienty.....35

6.2 Možnosti vylepšení pořadu.....36

6.3 Komparace nejnovějších epizod pořadu s epizodami roku 2019....37

6.4 Názory na psychologický profil Krausovy osobnosti.....38

6.5 Posouzení pořadu blízkými osobami recipientů.....38

6.6 Oblíbení moderátoři dotázaných.....39

6.7 Pohled recipientů na budoucí vývoj pořadu.....39

ZÁVĚR.....

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....

SEZNAM ZKRATEK.....

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ.....

SEZNAM PŘÍLOH.....

ÚVOD

Cílem teoretické části mojí bakalářské práce je komplexní analýza všech 42 dostupných dílů Krausovy talk show v roce 2019. To znamená kompletně od první epizody 2.1. 2019 do poslední epizody 18.12. 2019. Jaké verbální a neverbální postupy v komunikaci používá Kraus v průběhu jeho pořadu, jak na to reagují jeho respondenti a diváci a jak vůbec každá show probíhá. Cílem není pouze zjistit, jak s hosty vychází, ale také jak ke každému respondentovi umí přistupovat a jestli ho jeho hosté vnímají pozitivně, či negativně. Samotný úvod této práce je spíše o teoretických studijních znalostech, další tři kapitoly již vyžadují komplexní analýzu a shlednutí tohoto pořadu v rámci celého roku.

Praktická část byla vyhotovena v rámci sociálního průzkumu skrze webový dotazník, který jsem zhotovil pro náhodně vybrané respondenty. Celkově na něj zodpovědělo až 35 dotázaných. Původní plán byl rozdat dotazník na gymnáziu, kde jsem maturoval, ovšem kvůli koronavirové krizi jsem byl nucen vyřešit dotazník jiným způsobem. Dotazník se týká hlavně toho, jak samotný divák vnímá tento pořad a jakým směrem se bude pořad nadále v budoucnu ubírat.

V závěru práce ještě dojde k finálnímu shrnutí a porovnání výsledků v praktické a teoretické části této bakalářské práce. Moje poznatky a názory dotázaných lidí se pochopitelně můžou v mnohém odlišovat.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Teorie mediální komunikace

1.1 Moderátor a jeho práce s informacemi

Každý moderátor je osobnost. Je také součástí mediálního produktu. Podle toho se tedy i odvíjí jeho práce s informacemi. Informaci definují Buček a Zouhar v knize *Argumentácia a média* takto: „Informácia je symbolicky (znakovo, jazykovo)“ reprezentovaný obsah, ku ktorému subjekt, resp. aktér (ktorým môže byť človek, ale aj skupina ľudí, prípadne celá spoločnosť) zaujíma určitý kognitívne orientovaný postoj a pre ktorého plní určitú teoreticky alebo prakticky relevantnú funkciu.“ (BUČEK, J. – ZOUHAR, M. (2015): *Argumentácia a médiá.*).

Definice je celkem přesná, ovšem stále jde o velice široký pojem. Zjednodušeně se jedná tedy o obsah, údaj, ke kterému se dají zaujmout různé postoje. Informace jsou cenné, jelikož jde o nový poznatek, díky kterému může moderátor vést diskuzi anebo tento obsah odprezentovat.

Jak obsah moderátor odprezentuje závisí na druhu mediálního produktu. Celkově se média dělí na dvě odvětví. Veřejnoprávní a komerční média. Veřejnoprávní média jsou zřizována státem a jejich účelem je poskytování objektivních a věrohodných informací. Moderátor by měl být nestranný, objektivní a neutrální. Nemělo by zde docházet ani k žádné formě propagandy nebo konfrontace. Moderátor by se měl zdržet osobních poznámek a umět zvládat své emoce i při rozhovorech s hosty. Účelem je pouze předat informaci, případně nějakou obdržet. Názor si musí udělat sám divák.

Komerční média fungují hlavně na principu zisku a ten mají nejvíce a převážně z reklamy. Moderátoři zde ale také mají určitý kodex chování, jelikož jako součást mediálního produktu spadají pod nějakou určitou společnost. Cílem komerčních médií ale není podávat objektivní, úplné a vyvážené informace, ale zabavit diváky a získat si jich co nejvíce oproti konkurenci. Ovšem snaha o vyváženost informací tu je, ale důležitější je pro komerční média samozřejmě zisk, jelikož nejsou dotovány z koncesionářských poplatků, ale z reklamy.

A poté je zde žánr Talk show, kde mají moderátor s respondentem nejvíce prostoru. Samozřejmě i tento mediální produkt spadá a je vysílán na určitém kanálu a musí splňovat podmínky organizace, do které patří. Ovšem zde může moderátor nakládat s informacemi mnohem lépe. Musí se na show připravit, zjistit si o hostu co nejvíce informací a znát postupy, jakými hovor povede. Není to jen práce s informacemi, je zde i mnoho psychologických faktorů, které musí mít pod kontrolou a umět s nimi zacházet.

1.2 Respondent a recipient

Respondent je host, kterému moderátor pokládá otázky a vede s ním rozhovor. Ať už jde o Talk show nebo anketu, rozhovor je většinou asymetrický. Ten, kdo se ptá, vede celou diskuzi. A tou osobností je moderátor. Bernard Timberg dokonce ve své knize *Television Talk: A History of the TV Talk Show* připisuje moderátorovi vůdčí roli v každé talk show a doslova tvrdí, že „Moderátor je středobodem pořadu“. (TIMBERG, M. Bernard. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*. Texas: The University of Texas Press, 2002, s. 6-9.). S touto definicí lze souhlasit. Bez moderátora show nemůže už vůbec fungovat a na něm stojí i veškerá sledovanost.

Tohoto tématu se velmi dobře drží Jan Kraus v Show Jana Krause a je to právě on, kdo má zde vůdčí roli a celý pořad vede. Host zde hlavní, či rovnocennou pozici nezastává. Jiného názoru byl například Larry King, moderátor talk show, kterému prošlo pořadem přes čtyřicet tisíc respondentů, se kterými vedl rozhovor. Pro něho byl host rovnocenný a dával mu více prostoru. Měl snahu o symetričnost komunikace a nesnažil se své hosty vždy konfrontovat. Jelikož byl velice populární, samotní respondenti z řad úspěšných jedinců doufali, že se do jeho show dostanou. A některým, například Donaldu Trumpovi, se tam podařilo dostat i několikrát za sebou. Tato snaha o rovnováhu komunikace, kdy jsou role moderátora a respondenta rovnocenné není vždy dodržena. Je zde poté riziko, že pokud zde má moderátor nebo respondent převahu, tak se z jedné osobnosti stává pouze jakási kulisa pořadu a nemá mnoho prostoru pro vyjádření.

Recipient je divák, který pozoruje moderátora v komunikaci s respondentem. Pokud je přítomen přímo u rozhovoru, může se verbálně i nonverbálně projevit a udělat na rozhovor reakci. Samozřejmě, jak respondentovi, tak moderátorovi velice záleží na tom, jak na recipienty budou působit. V některých částech, často při úvodu, moderátor komunikuje pouze s diváky. V některých se na adresu recipientů ozve i respondent. Čmejková to ještě o něco lépe upřesňuje: „Dvojití intence vstupů se týká nejen úvodních a závěrečných formulací (a také samozřejmě neverbálního chování, pohledů, pootočení hlavy a těla), ale s ohledem na televizního diváka jsou formulovány i otázky, jimiž redaktor osvětluje a upřesňuje názory svého protějšku. Podobně se chová pozvaný host, když odpovídá na otázky moderátora a snaží se přitom zapůsobit na publikum. O orientaci dialogu k divákovi svědčí i fakt, že si zúčastnění v televizním studiu vykájí, i když v soukromí si často tykají.“ (ČMEJKOVÁ, S. (1999): *Televizní interview a jiné duely. Mediální rozhovor jako žánr veřejného projevu. Slovo a slovesnost 60, 247-268.*)

Celá situace je vlastně takový pomyslný komunikační trojúhelník, ve kterém na sebe recipient, moderátor a respondent vzájemně reagují. Jde v podstatě o show, ve které se na recipienta musí udělat dojem. Jak již zde bylo citováno, moderátor a respondent spolu mohou mít ve skutečnosti naprosto jiný vztah, mohou si například mimo pořad tykat namísto vykájení. Ale jelikož jde o mediální produkt určený masám, je třeba umět se chovat podle jeho dramaturgie a celkového konceptu.

1.3 Konfrontace respondenta

Jak u respondenta, tak u moderátora může dojít ke vzájemné konfrontaci. Nemusí jít ovšem vyloženě o slovní útoky. Pro tyto situace se dnes užívá pojem, tzv. confrontainment. Čmejkrková, Hoffmanová i Jiráček se o tomto termínu ve svých dílech zmiňují. Jedná se o spojení dvou anglických slov confront a entertainment, spojení slov střetnutí a zábava. Pro diváky je mnohdy zábavné sledovat vášnivé diskuze moderátora a hostů, jak tomu je například v pořadu Otázky Václava Moravce na televizním kanálu ČT1. Moderátor je zde vždy hlavní postavou, je nadřazený respondentovi a recipientovi. Nejčastěji ke konfrontacím tedy dochází v politických debatách. Moderátor pokládá různé otázky a stejně jako host i patřičně argumentuje a očekává přímou a stručnou odpověď. Politik často odpoví úplně jiným způsobem a snaží se ze své odpovědi vykrotit. Moderátor otázky pokládá tedy znovu, má právo přerušit hosta, pokud svou odpovědí vybočuje z tématu a má i možnost hosta pokárat, když porušuje pravidla jeho pořadu. Hostovi se to nelíbí, a tak se snaží moderátorovi odporovat. V krajním případě může dojít ke slovnímu střetu se svým hostem anebo přímo s moderátorem. A v nejkrajnějším případě může respondent svévolně opustit studio a nechat moderátora samotného. I k tomu bohužel občas dojde, ale je to spíše vzácnější případ.

Hnacím motorem hovorů a konfrontace respondenta jsou vždy otázky. Když jsou zvolené správně, mohou rozvíjet rozhovor a sám moderátor a diváci se mohou od respondenta dozvědět informace, které by se předtím ani neodvážil říct. Špatně zvolené, neslušné nebo neetické otázky ale mohou hovor s respondentem přerušit anebo ho úplně zrušit. V knize *Argumentácia a médiá (BUČEK, J. –ZOUHAR, M. (2015): Argumentácia a médiá. Bratislava: Univerzita Komenského.)* je jasně v bodech definováno, jak by otázky měly vypadat:

Otázky rozhovoru:

- Dodávají impulzy
- Objasňují, vysvětlují
- Opět dávají do chodu komunikačné procesy
- Menia komunikačné situácie
- Rozhovor môžu aj zablokovať

Samotné otázky tedy mohou dokázat rozhovor posunout na jinou úroveň a jsou skvělé pro získání informací, ovšem mohou ho tedy i úplně zablokovat, jak je zde citováno. Moderátor musí umět v takové konfrontaci získat potřebné informace, usměrňovat hosty a dbát na svou vůdčí pozici. Nejhorší, co se může stát je, když respondent převezme iniciativu a začne vést rozhovor místo moderátora. Samotný moderátor musí v takové situaci okamžitě zasáhnout. Není správné, aby host kladl otázky a určoval průběh dané diskuze. Ostatně takto to funguje v každé pracovní pozici a v každé komunikaci v životě. Ten, kdo otázky pokládá, je pánem rozhovoru.

Pro diváky je tedy v dnešní době velmi zábavné sledovat konfrontace v různých televizních pořadech. Čím více je konfrontace vyostřená a kontroverzně naladěná, tím nabývá na své sledovanosti. Někteří moderátoři o toto usilují, ovšem je zde riziko, že se situace vymkne kontrole a z prosté výměny názorů, argumentace a pokládání otázek se stane prostá hádka, nad kterou moderátor ztratí veškerou kontrolu.

1.4 Varianty verbálního a neverbálního jednání

Při komunikaci mezi moderátorem a respondentem vždy dochází k verbální (slovní) nebo nonverbální (beze slov) komunikaci. Pro dobrou verbální komunikaci je nejdůležitější výborná znalost jazyka, ve kterém je komunikace vedena. Nemělo by jít o dlouhé monology, tato komunikace je dialogem. Velmi důležitá je zde také artikulace, díky které dochází ke správnému a srozumitelnému tvoření slov a jejich interpretaci. Pro dobrou artikulaci se velmi dobře vyplatí studovat jevištní řeč. Ta se nevyplatí pouze v divadle, ale pro moderátora je takřka nutností. Naučí nás dobře pracovat s tónem, výškou, silou, tempem a intonací naší řeči. Pomocí různých jazykolamů se každý moderátor či redaktor připravují několik minut před začátkem vysílání, aby jejich hlas fungoval tak, jak by měl. Důležité je zde i dýchání, tzv. respirace. Řečník by měl vědět, kdy mu dojde při komunikaci dech a jak s ním má pracovat. Důležité jsou při projevu i pauzy, které umožňují dodat hovoru na vážnosti a rozčlenit jednotlivé části hovoru. Pauzy jsou v rámci hovoru skvělá pomůcka.

Nonverbální komunikace není zapříčiněna užitím hlasu, ale řečí těla. To, jak se řečník pohybuje koresponduje s jeho řečí. Kdyby pouze seděl, nehýbal se a pouze mluvil, působil by dosti podivným dojmem. Člověk koneckonců není socha, ale živý tvor. Základem nonverbální komunikace je gestikulace, komunikace pomocí rukou, ale jsou i jiné způsoby, jak vyjádřit určité pocity. Verbální komunikace ale vždy koresponduje s tou neverbální a navzájem se doplňují. Může jít také o výraz ve tváři nebo o způsoby chůze a celkové držení těla.

„Gesto tak stojí v základech předřečového stádia vývoje člověka. Gestem můžeme vyjádřit, co cítíme a co prožíváme. Stejně to je v situacích, kdy chceme jinou osobu na něco rychle upozornit, něco jí nařídit, zakázat apod. Gesto je zde i přirozenou a plnohodnotnou náhradou slova. Pomáhá spolehlivě popsat předmět znázorněním jeho charakteristického tvaru, vystižením nejpodstatnějšího pohybu činnosti člověka nebo podstaty jevu.“ (*TEGZE, Oldřich. Neverbální komunikace. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-429-X. s.254*)

Samotné gesto je tedy jedna z nejdůležitějších projevů neverbální komunikace. Neslouží ale pouze k tomu, abychom druhého člověka na něco upozornili, abychom něco nařídili nebo zakázali. Skvěle se hodí i jako náhrada verbální komunikace. Různými drobnými posunkami můžeme sdělit naše požadavky. Hodí se například při komunikaci na delší vzdálenosti, když nás druhá osoba neslyší. Vzdálenost samozřejmě nesmí být příliš dlouhá.

Vyjádřit emoce, sdělit informace nebo něco nařídit se pomocí nonverbální komunikace dá i jinými způsoby než gestikulací. Na toto téma již bylo dokonce vytvořeno mnoho

publikací. Zabývají se dalšími aspekty. Například paralingvistikou, což jsou sice řečové projevy, ale bez tvorby slov pouze z citoslovců. Celé tělo je schopno komunikovat. Na samotném postoji se dá určit, jak je na tom člověk s emocemi a jakou má asi náladu. Mnoho zde dělá mimika, kde podle výrazu v obličeji poznáme, jakou má člověk náladu. Haptika se zase zabývá vlastnostmi dotyků a posturika zase postojem a tvarem celého těla. Mnoho těchto disciplín zkoumá neverbální komunikaci člověka z různých úhlů pohled a zkoumají jeho práci s jednotlivými částmi jeho těla. Samotní moderátoři talk show tohoto typu komunikace hojně využívají v komunikaci s respondentem.

1.5 Druhy manipulace a šíření propagandy

„Média jsou všude závislá na zbytku společnosti, reagují na různé významné podněty a jsou podřízena zdrojům skutečné ekono- a politické moci. Nikde se neočekává, že média budou vykonávat moc ve svém vlastním zájmu. (MCQUAIL, D. (2009): *Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál. Str.69*)“

Podle McQuaila jsou média závislá jak na společnosti, tak i na institucích, které je vlastní. Manipulační mediální činnost se dnes v médiích vyskytuje, ač by neměla. Pokud například média vlastní nějaký politik, tak určuje on, co a jak bude psáno nebo vysíláno. Jde hlavně o komerční média. Ta veřejnoprávní vlastní stát a ze zákona mají povinnost být nestranná a plně objektivní. My můžeme hlavně doufat, že tomu tak je i v tomto případě.

Existuje mnoho způsobů, jak s lidmi na dálku manipulovat. Velice častým bývá reklama, kdy je lidem vytvořena potřeba koupě nějakého produktu nebo služby. Tento druh manipulace je unikátní v tom, že i když daný člověk produkt nebo službu nepotřebuje, reklama ho svou manipulací naláká o jeho koupi uvažovat. Ať už menším postrašením, nebo velmi výhodnou nabídkou. Časté bývá i užití cenzury.

Komerční média mají veliké tendence k manipulacím. Nejlepším způsobem je vzbuzovat v lidech strach, šokovat je. Pokud se v masách probudí tyto emoce, mají pak nutnost sledovat daný kanál a dozvědět se více. Dnešní média jsou bohužel plná negativních informací. Pokud by se tvrdilo, jak se má společnost dobře a vše vychází dobře, lidi by to unavovalo. V dnešní době se daleko více vyplácí přicházet s informacemi negativními. V dnešní době je velmi aktuální téma koronaviru. Stále se dozvídáme, kolik lidí onemocnělo či zemřelo. Proč se raději nedozvídáme, kolik lidí se uzdravilo a o kolik tisíc nakažených přibylo méně? Protože z nějakého důvodu lidé chtějí tyto informace slyšet. Strach je silná zbraň a média moc dobře ví, jak ji užít. Samozřejmě se občas dozvíme i nějakou pozitivní informaci, ovšem ty negativní jsou stále častější. Negativní informace jsou stále zajímavější.

Vliv manipulace a propagandy tedy není jen v novinách nebo v rádiu. Je samozřejmě i v televizi nebo v různých televizních pořadech. Například Jan Kraus ukončil pořad *Uvolněte se, prosím* právě kvůli tomu, že televize ČT1 příliš zasahovala do fungování jeho show. Kraus nesouhlasil s jejich pravidly a nechtěl se řídit firemními podmínkami, a tak si založil nový pořad *Show Jana Krause*, která funguje dodnes na kanálu Tv Prima. Odkaz zde: ([Jan Kraus končí s Uvolněte se, prosím na ČT - Novinky.cz](http://JanKraus.konci.s/Uvolnete.se.prosim.na.CT-Novinky.cz))

Vliv manipulace a propagandy se tedy vyskytuje i v demokratické společnosti, která velmi potlačuje cenzuru. Extrémní vliv měl dříve v totalitních režimech. Pomocí médií byla společnost ovlivňována velmi silně. Zářným příkladem mediální manipulace a propagandy je nacistické Německo, kde byl ve vedení propagandy Josef Goebbels, který velmi dobře dokázal manipulovat se společností pomocí filmu a jiných prostředků médií. K této historické osobnosti se vztahuje velmi známý citát: „*Stokrát opakovaná lež se stává pravdou*“. (*Joseph Goebbels – Wikicitáty (wikiquote.org)*) Jinými slovy: Když budeme lhát stále dokola znovu, lidé okolo to nakonec přijmou jako pravdu.

I jiné totalitní režimy, kde jsou významně omezeny svobody a práva člověka významně užívají média k manipulaci a propagandistické činnosti. Je špatné, že se toto děje i v demokratických společnostech, ovšem je to jev, kterého se lze jen velmi obtížně zbavit. Jelikož ten, kdo tyto společnosti vlastní, vždy nařizuje, jakým směrem se budou ubírat. Často bohužel kvůli vlastnímu prospěchu a s motivací hodnotného výdělku.

1.6 Mediální produkt

Mediální produkt může být opravdu cokoli, co média vyprodukují. Novinový článek, díl nějakého pořadu, televizní zprávy nebo reklama. Tyto produkty samozřejmě média produkuje a tvoří, aby si získala své diváky. Rozdělují se podle obsahu do žánrů.

Nejčastějšími žánry jsou ty klasické, například politika, sport, zprávy z domova a ze zahraničí, ekonomika nebo různé zprávy z oblasti kultury.

„Každý mediální produkt má poznatelný „obsah“ a přisuzuje se mu taky nějaký „význam“.“ (*Jiráček, Köpplová, 2007, JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. s. 118*).

Obsah často nabývá na stereotypu, jelikož jeho význam bývá podobný. Když se podíváme například na televizní zprávy s moderátory, témata jednotlivého obsahu se často opakují. Slyšíme zde často opakovaně zprávy o dopravních nehodách, o počasí, o neměnicí se politické situaci. A jelikož vysílání probíhá živě každý den, zprávy se občas v některých případech opakují.

Právě žánry jako Talk show mají v tomto výhodu. Průběh pořadu je sice nastaven, ale nikdy nevíme, jak si moderátor s recipientem sednou, v čem je host zajímavý a jakým způsobem bude rozhovor probíhat. Tento žánr nás tak může diváka v mnohém velmi překvapit. A právě tomuto žánru musí přizpůsobit komunikaci i samotný moderátor.

2. Specifikace žánru Talk show

2.1 Historie Talk show

Žánr talk show vznikl poprvé již ve 20. letech minulého století. Ovšem pořádně vznikaly tyto pořady v 50. letech v USA díky masové výrobě televizorů. Tehdy se začaly vyrábět první televize, které byly velmi drahé a člověk, který si ji koupil za ni zaplatil téměř stejně jako za auto. Poté se ale televize začaly zlevňovat a mělo je stále více lidí. Dnes už ji má téměř každý.

Zásadní postavou při vzniku Talk Show byl americký moderátor Joe Franklin. Oficiálně započala fungovat jeho show v roce 1951 na kanálu WJZ-TV, později na WABC-TV a WWOR TV. Další osobností byl například moderátor Steve Allen v pořadu Tonight Starring Steve Allen. Známa je také irská The Late Late Show, která je jednou z nejdéle vysílaných talk show.

Talk show získaly na veliké popularitě, hlavně během 70. let. V dnešní době máme úryvky z nich i celé talk show dostupné na internetu. Guinnessův rekord v nejdélejší talk show si zde stále drží talk show s Pawełem Kotulińskim z data 27.- 28.října 2007. Trvala neuvěřitelných 40 hodin.

2.2 Hlavní specifika

Talk show je pořad, ve kterém dochází k diskuzi mezi moderátorem a jeho respondenty. Moderátor vede rozhovor a ptá se svých hostů na různé otázky. Jiným názvem lze také tento pořad nazvat a tím je název *chat show*. Význam je ale stejný. Jedná se o zábavný

pořad, který má recipienta (příjemce) pobavit a zároveň se díky němu může divák dozvědět i nové informace.

Show může mít hudební doprovod z playbacku, nebo pomocí různých instrumentalistů. Často jsou v ní užity audiovizuální prezentace, které může vidět divák jak v televizi, tak ve studiu. Moderátor zde může mít i více hostů, ovšem poté je těžší dát každému stejný prostor pro sebevyjádření.

Skvělým prostředkem, jak show oživit je prolomení pomyslné bariéry mezi diváky v hledišti a moderátorem s respondenty. Určitě se vyplatí nechat diváky spolupracovat a například klást hostům různé otázky. Dokonce je zde i v některých show možnost zavolat přímo do talk show a na něco se hosta zeptat.

Host takové Show musí být velká osobnost, například proslulý sportovec, schopný politik, podnikatel, herec nebo jiná celebrita. Čím větší je osobností, tím více zvyšuje kvalitu dané talk show. Ty nejlepší talk show mají vždy ty nejproslulejší, nejbohatší a nejznámější hosty.

2.3 Podžánry

Žánr Talk Show v sobě zahrnuje podle Arnolda Timberga v jeho díle *Television Talk: A history of the TV Talk Show* celkem tři subžánry podle denní doby. Jedná se o:

Early-morning news talk magazine show-

Typické ranní vysílání, jedná se o pořad, ve kterém se probírají nové zprávy, počasí a další témata. Jsou zde i někteří hosté, s kterými se vedou debaty. Tyto pořady mívají běžně přenos i v rádiu.

Daytime audience-participation show-

Jak už název vypovídá, jedná se o pořady vysílané během dne. U nás nejsou tak běžné, častější jsou spíše v zahraničí a v USA. Důvodem je, že jsou vysílané právě v době oběda nebo práce a nikdo nemá v tuto dobu většinou čas tento typ pořadů sledovat.

Late-night entertainment talk show-

Má největší zastoupení jak v Česku, tak v zahraničí. Typická talk show, ve které moderátor zpovídá hosta. V Česku jde například o Show Jana Krause, Na plovárně nebo Všechnopárty s Karlem Šípem. V USA je velmi známý například Jimmy Fallon se svou The Tonight Show Starring Jimmy Fallon nebo Stephen Colbert se svou talk show The Late Show with Stephen Colbert.

Důvod, proč jsou Late night entertainment talk show nejsledovanější je prostý. Diváků je večer u televize nejvíce. Ráno nebo ve dne jsou většinou v zaměstnání a nemají na televizní pořady prakticky vůbec žádný prostor.

2.4 Nejvýznamnější moderátoři Talk show

Čeští moderátoři talk show se jen stěží svou kvalitou dostanou na ty světově nejlepší, z nichž většina pochází z USA. Mezi ty nejlepší můžeme zajisté zařadit Larryho Kinga. Dnes již zesnulého, proslulého moderátora. Do jeho talk show byly vybrány opravdu jen ty nejlepší osobnosti a show trvala od roku 1985 až do roku 2010, tedy téměř po čtvrt století. Za svůj život vyzpovídal přes čtyřicet tisíc hostů, mezi něž patřili například Donald Trump, Al Gore, Celine Dion, Carrie Prejean apod. Samotný King měl dokonce interview s již zesnulým, zlynčovaným libyjským diktátorem Muammarem Kaddáfím. Ale i v Česku měl ve své show světoznámé umělce například Marek Eben. A to v pořadu Na Plovárně.

Známa je i Oprah Winfrey, u které její Oprah Winfrey Show trvala téměř 20 let. Oprah se zaměřila na životní příběhy běžných lidí, spíše než na životy celebrit. Známými hosty byli například: Brad Pitt, Michael Jackson, Ellen DeGeneres nebo Tom Cruise. Díl s Michaelem Jacksonem z roku 1993 byl nejsledovanějším dílem vůbec. Tato Show se v USA těšila veliké popularitě.

Za zmínku také stojí v dnešní době velice oblíbený pořad Late Night with Jimmy Fallon nebo The Late Show s Davidem Lettermanem. Známa je také The late show Stephena

Colberta nebo britská *The Graham Norton Show*. Všimněme si, že téměř všechny tyto pořady jsou vysílány k večeru. Právě kvůli vysoké sledovanosti.

2.5 Vyhýbavé taktiky moderátorů a respondentů

V mnoha talk show, ovšem zejména v politických debatách jsou časté vyhýbavé taktiky respondentů. Je to hlavně z toho důvodu, že chce respondent skrýt skutečnost a pravdu, aby ho nějakým způsobem nepoškodila. Možností má hned několik.

Velmi často respondent obhajuje sám sebe, dělá ze sebe dobrého, čestného a slušného člověka a nechce si připustit své pochybení. Může se na moderátora i urazit, v krajním případě studio opustit. Ovšem k tomu dochází méně častěji. Mnohem obvyklejší jsou jiné způsoby. Respondent na otázku může odpovědět také dotazem, nebo odpoví úplně jiným způsobem a snaží se odejít od probíraného tématu. V tuto chvíli by měl moderátor vždy zareagovat a otázku položit znova. Zkrátka nenechat respondenta řídit diskuzi. Respondent se také může snažit téma zevšeobecnit. Pokud dostane otázku na svou osobu, zodpoví ji za všechny osoby, aby se na něj moderátor nemohl zaměřit. Také může obvinít někoho jiného, aby neukázal na své pochybení. Velmi častý bývá také samotný útok na moderátora a jeho práci, pokud je respondent v krizi a cítí se jako oběť. Moderátor má vždy povinnost se takovému útoku bránit, ale neměl by urazit respondenta. Což může být velmi často viděno v Krausově show u jeho způsobu komunikace. Občas se stane, že se host i urazí. Někdy se respondent i úplně odmlčí a odmítne dále odpovídat na moderátorovy dotazy.

Zejména v politických debatách si politici zaopatřují fakta, aby jim moderátor nemohl vytýkat nepravost jejich slov a tvrzení. Například v pořadu *Otázky Václava Moravce* mívá politik u sebe různé grafy, které si nashromáždil, aby podpořil pravdivost svých slov. Hmatatelný důkaz se vždy hodí. Moderátor ale může respondentovi oponovat a na krátké fotoprezentaci či videoprezentaci může uvést jiný graf či informaci, která tvrzení popírá. Častým úhybným manévrem může být také zúžování tématu, či příliš technická odpověď (*Buček, Zouhar, Argumentácia a média, str. 130*). Moderátor chce od hosta jasnou odpověď, ovšem politik si vybere pouze úsek, který je mu vhodný a o tom

hovoří. Tento úsek přitom tvoří jen zanedbatelnou část celého tématu. Pokud je ovšem moderátor vyškolený v tématu, měl by to hostu ihned vytknout.

Samotný moderátor by měl vždy mít informace podložené dostupnými a pravdivými fakty. Měl by pokládat vhodné otázky a držet se jednoho tématu a z něho nevybočovat. Moderátor by měl vycítit, jak se k respondentovi chovat a korigovat ho.

3. RESPONDENTI V SHOW JANA KRAUSE

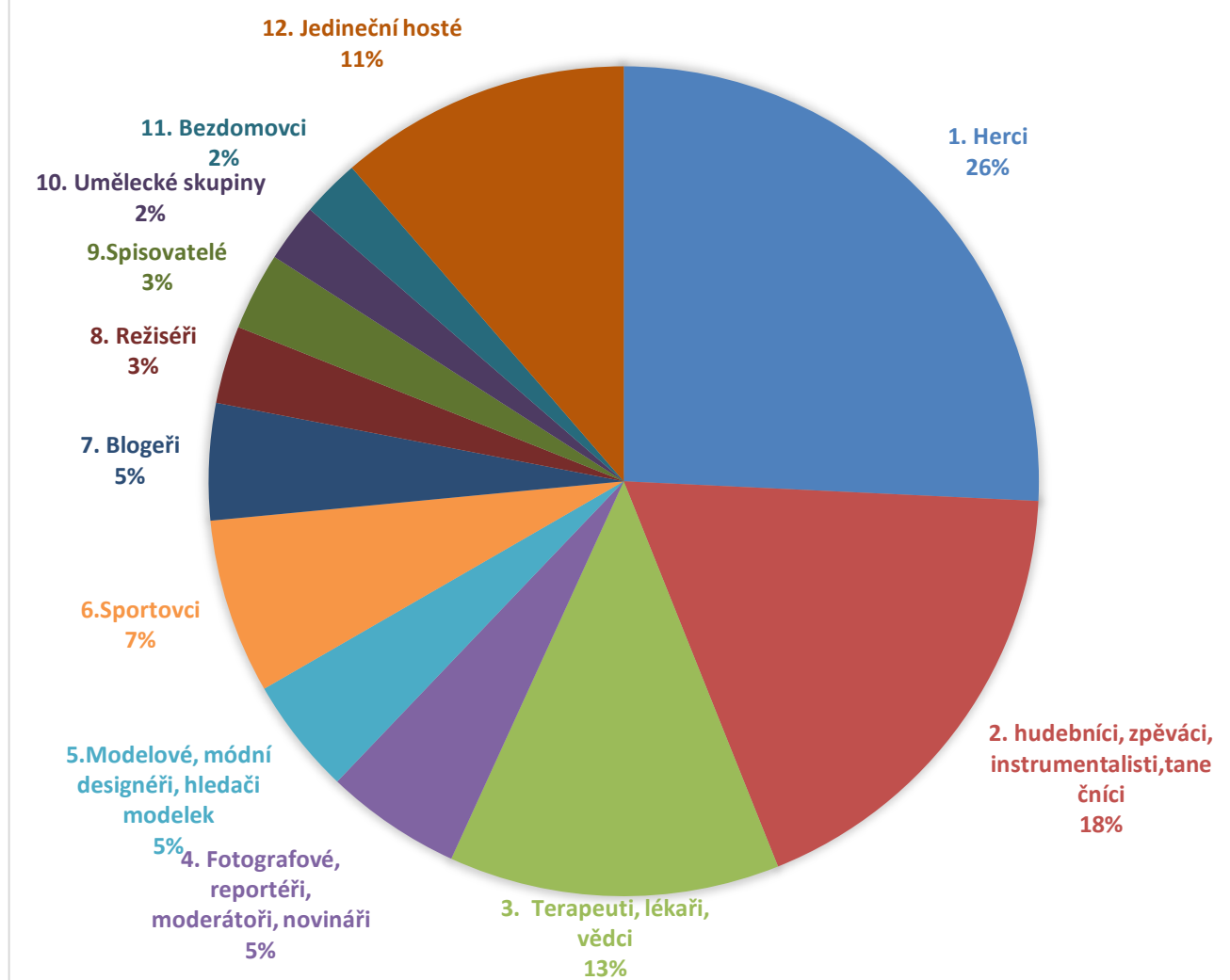
3.1 Nejvyhledávanější skupina respondentů v roce 2019

V roce 2019 měla Show Jana Krause celkem 42 epizod. Epizody se vysílaly vždy s týdenní pauzou. Celková stopáž epizod byla vždy okolo 50 minut. Po shlednutí celého roku a analýzy jednotlivých epizod jsem vytvořil jednoduchý graf, z něhož je patrné procentuální zastoupení nejvíce frekventované skupiny respondentů.

V roce 2019 se nejvíce v této Show vyskytovali herci. Téměř všichni pocházeli z ČR. Jan Kraus sám býval herec, tudíž tato oblast je mu velice blízká. Herců bylo dohromady 34. Samozřejmě ne každý byl pouze herec. Někteří jsou i režiséři a scénáristé, např. Jakub Štáfek. Mnoho z herců se také věnuje umění, hraní na instrumentální nástroje nebo se specializují na tanec a zpěv. Například zde z herců byli: Jakub Prachař, Filip Rajmont, Erika Stárková, Eva Holubová, Kateřina Brožová, Berenika Kohoutová, Marika Šopská, Jiří Mádl nebo Eliška Balzerová.

Film, divadlo, zpěv, tanec a hudba. To bylo hnacím motorem Show Jana Krause v tomto roce. Převážně jsme zde tedy viděli osobnosti z oblasti múzických umění. Není tedy žádným překvapením, že zde vyskytovalo i slušné procento hudebníků, zpěváků, instrumentalistů a tanečníků a také zde vystoupilo i několik artistických a hudebních skupin.

SKUPINY HOSTŮ V SHOW JANA KRAUSE V ROCE 2019



Kraus měl s mnohými herci mnoho témat k debatě. S některými užíval i tykání, např. u Evy Holubové. Jelikož se jako herci znají už velmi dlouho, není to tak překvapivé. Přítomnost těchto známých osobností byla výhodná v mnoha ohledech. Diskuze byly živé, neměly slabá místa a mnohdy byly velmi komické. Samotnému Krausovi dokázala přítomnost kapel či zpěváků ušetřit také mnoho práce, jelikož jejich vystoupení často zaplnila mnoho minut vysílaného času.

Velmi zajímaví byli i různí terapeuti, lékaři a vědci. Často se jednalo o naprosté profesionály ve svém oboru a mnozí byli průkopníci v některých z oblastí vědy. Sice nebyly tak zábavné jako u herců, rozhodně ale byly zajímavější a informativnější.

3.2. Věkové a existenční dispozice respondentů

Nelze jednoznačně určit, jaká věková skupina se vyskytuje v Show Jana Krause nejčastěji. Spektrum hostů je opravdu rozsáhlé a jelikož je každý respondent individuální osobností, těžko to lze rozlišit. Všechny respondenty zde ale spojuje jedno. Něco dokázali v určité oblasti a jsou něčím významní. V roce 2019 zde byla mladá osmiletá pianistka, ale také zde byl pán, kterému již bylo úctyhodných 104 let. Vyskytly se zde všechny věkové skupiny. Malé děti, dospívající, dospělí i senioři. V tomto pořadu se věku meze nekladou a není zde žádné věkové omezení. Sám Kraus se tak musí umět přizpůsobit věkové skupině respondenta a překvapivě to zvládá u všech věkových skupin velmi obstojně. Věk zde tedy nehraje příliš roli. Jde zde více o to, jak Kraus a respondent povedou rozhovor a zda – li si spolu budou rozumět a někam se v rozhovoru dopracují.

Při důkladné analýze pořadu si nelze povšimnout jednoho velkého tabu. V pořadu se příliš neřeší existenční podmínky respondenta. Ani samotný Kraus nerad hovoří o své finanční situaci. Jedná se zejména o ochranu před bulvárním tiskem, který Kraus častokrát v úvodu svého pořadu sarkasticky, byť velmi komicky komentuje.

Mezi samotnými hosty ale lze rozeznat různé existenční rozdíly. Proslavení spisovatelé, vědci, terapeuti, modelové, herci, režiséři nebo vysloužilí sportovci se jen těžko můžou ocítávat v tíživé existenční situaci. To takový novinář, kuchař, blogger, striptérka nebo majitel ZOO už se nachází v jiné životní situaci a spadají spíše do střední třídy společnosti. Ve speciálním předvánočním dílu zde ale vystupovali bývalí bezdomovci, kteří se sami přiznali, že život na ulici jim způsobil mnohé dluhy a jen velmi těžce se snaží zvyknout si na normální život v domácnosti. Podle vzhledu, vyjadřování a celkovému projevu těchto osob lze poznat, že nejde o jakési proslavené osobnosti. Ovšem jejich svědectví bylo velmi poutavé a dalo divákovi možnost nahlédnout do

oblastí společnosti, o kterých nemusel vůbec vědět. V tomto je show velmi unikátní. Pokud je člověk něčím zajímavý a poutavý, nezáleží na tom, jak je na tom s financemi, nebo jak vypadá jeho zevnějšek. Důležité je, že je v něčem jiný a odlišný od běžných norem společnosti.

3.3 Argumentace a odolnost vůči konfrontaci

Jan Kraus má svůj specifický humor a přístup k respondentovi. Jedná se o černý humor s prvky satiry a sarkasmu. Na první pohled si divák může usmyslet, že Kraus chce rýpavými komentáři hosta zesměšnit a ponížit. Ovšem je to úplně jinak. Sám Kraus má ke každému z respondentů úctu. Je právě na každém hostu, aby se tímto nenechal odradit. Jde pouze o formu televizní zábavy, kterou nejlépe pochopí člověk, který si sám ze sebe umí udělat legraci a není příliš urážlivý a vztahovačný. Kraus ze sebe také rád dělá před respondentem člověka, který nic nechápe a uvádí tak respondenta svým přístupem do rozpaků. Respondent tak velmi často něco vysvětluje a Kraus dělá, že tomu vůbec nerozumí. Tím vzbudí dojem, že danému tématu vůbec nerozumí, a to pobaví diváka. Například v jednom z dílů, kde s mladým hercem Uherem rozebírá vlakové nádraží v jeho rodném městě zrovna zahrnuje tuto komunikační techniku. Opět jde pouze o pobavení diváků, kteří smíchem doprovází show. Ovšem také dává respondentovi prostor vysvětlit, čemu se věnuje. Podle analýzy jednotlivých dílů s Krausem nejlépe vychází klidnější osobnosti, mnozí flegmatici a sangvinici. Rozrušit Kraus dokáže hlavně agresivnějšího jedince, nebo člověka s uzavřenou melancholickou povahou charakteru. Například cholerika, anebo ne moc společenského melancholika.

Bylo velmi překvapivé, že většina respondentů s Krausem velmi dobře vycházela a brala jeho humor jako velmi zábavný. Někteří to brali velmi dobře a zcela se poddali Krausovu vedení hovoru. Někteří se ale nebáli opřít se žertem i do samotného Krause, který se tímto nenechal rozrušit a tento útok ihned stejnou mincí vrátil. Hostům z řad moderátorů nebo novinářů se dokonce podařilo sebrat Krausovi vedení hovoru a byl to pak samotný Kraus, kterému byly pokládány otázky.

Ne každý ale Krause příliš snášel. Zářným příkladem byl například herec Ivan Lupták, kterého si Kraus dobíral pro jeho smutný výraz jeho pohledu v obličejí. Bylo ale zřejmé, že mu Krausův humor ani přístup mu příliš nevyhovoval, a tak se stáhnul do sebe a skoro nekomunikoval. Rozhovor tedy moc přínosný nebyl. Host Karel Nejedlý si také s Krausem příliš nerozuměl a nenaladil se na jeho styl humoru, ale ke konci rozhovoru už se i trochu pobavil a více hovořil. Povahově si také s Krausem nerozuměl fotoreportér Walter Novak, který měl přirozeně až moc klidnou a nekomunikativní povahu a Kraus s ním velmi těžce navazoval konverzaci. Zklamání bylo i u fotografa Jana Šibíka, který se kvůli Krausovi nedostal k tématu, o kterém chtěl hovořit a nedokázal se s Krausem v hovoru někam dohodnout. Tento rozhovor byl velmi nepříjemný a už téměř pozbýval na humorné stránce.

Pauzy v projevu člení text, vytvářejí napětí, podněcují k přemýšlení. *(Buček a Zouhar, argumentácia a média, str. 86)*

U Krause je v rozhovorech patrné, že málo užívá mnohé výhody pauz mezi větami. Spíše drží rozhovor v neustálém tempu kladením otázek a argumentováním. Chce vytěžit co nejvíce z celkového času, který s hostem má. Hovory pak působí sice dynamicky a velmi svižně, ale někteří hosté by spíše ocenili kratší pauzu, aby se dokázali více uvolnit a utřídit si myšlenky.

Každý host si tedy s Janem Krausem v pozici moderátora bude rozumět, ovšem většina respondentů to dokázala a někteří se i velmi dobře bavili. Pokud je člověk psychicky odolný, umí si ze sebe udělat legraci, je společenský, upovídaný a sympatický, pak je pro něj Show Jana Krause naprosto ideální v mnoha ohledech.

3.4 Kooperace s moderátorem

Show Jana Krause je založena na vzájemné kooperaci mezi moderátorem, respondentem a diváky. Kraus komunikuje s respondentem a jeho cílem je vést rozhovor. Je čistě na respondentovi, jakou možnost pro vedení rozhovoru dá Krausovi. Pokud nekomunikuje, Kraus ho jen velmi těžko rozmluví.

Rozhovory mají různou délku, běžně okolo 10-20 minut. Během tohoto času respondent zodpovídá Krausovy otázky a diskutuje s ním. Je ale více možností, jak se může zapojit a rozhovor vylepšit. Krausovi na úvod respondenti nosí často různé dárky, které pan moderátor velmi oceňuje. Pokud jsou navíc talentovaní, mohou například zahrát na hudební nástroj, zaspívat nebo zatančit během, či na konci pořadu. Časté bývají také různá pohoštění, která občas připravuje i sám Kraus. Vždy ale Kraus dává respondentovi limonádu, aby měl co pít a aby nevysychaly hlasivky. Kraus si s respondentem dokonce zahrál videohru nebo si zkusil si na oko zazápasit s jedním z respondentů, Machmudem Muradovem, profesionálním zápasníkem MMA.

I respondenti, kteří už rozhovor s Krausem vedli a sedí vedle respondenta, který s Krausem vede rozhovor mají možnost se do rozhovoru zapojit. Bylo to pěkné oživení a všichni se tak mohli zapojit. Snad kromě jednoho případu si Kraus nevynutil rozhovor pouze s respondentem, se kterým měl být veden. Jsou to dobrá zpestření, která nebývají v jiných talk show běžná.

Za Krausem je také televize, díky které může ukázat hostu video prezentaci či foto prezentaci. Není tedy neobvyklé, že například půlku rozhovoru doprovází záznamy z televizoru. Dokonce se i stalo, že se televize pokazila a musel přijít ověřený technik a opravit ji. Ano, i toto má Kraus ve svém pořadu zajištěné.

3.5 Vliv stresu na respondenta

Pro každého respondenta není účast v talk show klidnou záležitostí. Na každého bez výjimky působí stres a je jen na něm, jak se s ním vypořádá. Většina respondentů v roce 2019 již Krausovu show znala, a tak vzali účast s klidem a někteří si svůj projev před kamerou i velmi užívali.

Ovšem našlo se několik hostů, kteří stres hůře snášeli. Šlo hlavně o velmi mladé jedince. Vliv stresu byl velmi znatelný na klavíristce Kláře Gibišové, které bylo teprve osm let, a tak je pochopitelné, že se před početným publikem úplně necítila ve své kůži.

To samé bylo znatelné i u mladé talentované bubenice Nikolety Šurinové. Mnutí rukou, nepřítomný pohled, nervózní rozhlížení se okolo sebe. To byly jasné ukázky stresu. Stres nakonec u mladých umělkyně poměrně odpadnul po rozhovoru s Janem Krausem a ony předvedly parádní výkony na hudební nástroje. Kraus navzdory svému černému humoru velmi hezky a umírněně s dívkami hovořil a rozhovory nebyly vedeny ostřejším způsobem, jak to bývá u dospělých jedinců. Šlo o děti a tady se Kraus uměl výborně přizpůsobit a věděl, jak dívky rozmluvit a jakým způsobem s nimi hovořit. Toto je veliká přednost tohoto moderátora. Umí se přizpůsobit opravdu jakékoliv věkové skupině a ví, jak se má k danému člověku vyjadřovat a do jaké míry únosnosti se mohou v rozhovoru dostat.

Velmi stresující byla i účast v pořadu pro starší bezdomovecký pár Janu a Miroslava, kteří na účast v takovém pořadu nebyli příliš zvyklí. I Sonam Tsering, Tibetan žijící nyní v České republice, trpěl na počátku rozhovoru nejistotou a byl lehce vystresovaný. Kraus je ovšem talentovaný moderátor, který umí výborně rozvést rozhovor a stres nakonec u respondentů velmi brzy opadnul a rozhovory byly živé a zábavné. U Krause jsou znát roky zkušeností a jeho schopnost rozvádět rozhovor, který by jiný moderátor musel ukončit kvůli nedostatku inspirace, je vsutku na vysoké úrovni. Samozřejmě, pokud odmítá komunikovat samotný respondent, poté i Kraus musí rozhovor velmi rychle ukončit. To se ale v tomto roce naštěstí nikdy nestalo.

3.6 Asymetričnost dialogů s respondenty

Ve většině talk show bývá běžné, že rozhovor vede vždy moderátor a respondent je v podřízené roli a zkrátka jen odpovídá na otázky. Na tomto principu je založena i Show Jana Krause, ovšem po zanalyzování jednotlivých dílů tomu tak nebylo. U většiny rozhovorů měl vždy vedoucí roli Kraus, ale někteří respondenti Krausovi jeho vůdčí roli sebrali. Někdy si to neuvědomil ani samotný Kraus anebo se mu nepodařilo situaci obrátit a opět vést rozhovor podle sebe.

Krausovi je mezi diváky vytýkána jedna důležitá věc. Když k němu přijde někdo, s kým se již zná dlouhá léta anebo již jde do show poněkolkáté, často si s ním tyká a rozhovory jsou poté spíše takový veselý, přátelský pohovor mezi dvěma přáteli, kteří se již dlouho znají. Nelze si tedy nevšimnout Krausova odstupu, když k němu do show dorazí člověk, kterého vůbec osobně nepoznal. Je to přirozené. Sami bychom si asi jen velmi těžko tykali s člověkem, kterého neznáme a jen jsme si o něm zjistili nějaké informace. Ovšem tito lidé jsou poté postaveni do jakési slabší pozice oproti těm, které Kraus už zná a s kterými mnohdy i pracoval. Talk show je postavená na osobnosti moderátora Jana Krause, ale taky hodně záleží, jak respondent bude přistupovat k rozhovoru.

Moderátor jako součást interview by měl:

- *Organizovat respondenty*
- *Řídit rozhovor směrem k objektivitě*
- *Zaujmout a udržet pozici formální neutrality vůči postojům hosta*
- *Dodržovat morální a etické zásady*
- *Měl by vystupovat za diváky*

(Argumentácia a média, Buček a Zouhar, str. 110)

První dvě podmínky pro správné postupování moderátora by Kraus určitě splňoval, ale poslední tři někdy poruší. Je to osobnost, která má často svůj názor a hostům s ním dokáže oponovat. Etické a morální zásady jsou také občas porušeny užitím vulgarismů a nespisovného jazyka. Kraus také vystupuje spíše pro diváky, nezastupuje svou osobou pozici diváků a nesděljuje informace za ně.

Kraus ale velmi dobře dokázal darovat prostor pro sebevyjádření, pokud mu přišli například dva, nebo dokonce tři respondenti najednou. Každému dal prostor a možnost mluvit a rovnoměrně rozdělil čas pro každého. Zvládnul tak rozdělil dvacetiminutový rozhovor mezi tři osoby a každé dal okolo šesti minut času, aby se vyjádřila.

Již jsem nezjistil, jestli si čas pro každého hosta hlídá pomocí nějaké šikovné časomíry, ale spíše to vypadá, jako by to uměl přirozeně odhadnout. To by bylo možné, vzhledem k tomu, kolik let už tuto práci dělá.

4. Styl moderování Jana Krause

4.1 Osobnost moderátora

Kraus si svůj pořad založil čistě na své osobnosti a i přesto, že se ho účastní další osobnosti, on je středobodem pořadu. Už samotný úvod pořadu tomu napovídá. Kraus přichází ve značkovém společenském obleku za doprovodu kapely a v úvodu zazní slova: *Dámy a páni, Jan Kraus!*

Kraus nás celým pořadem provází. Od úvodu až po závěr. Celý pořad je tak primárně založen na jeho osobnosti. Je to společenský člověk a pokud s někým hovoří, vždy umí navázat oční kontakt a věnuje veškerou svou pozornost respondentovi. Je to zásadová osobnost a má určité morální principy, které dodržuje. Ve svých show se často zaměřuje například na politické otázky, řešení rasové tematiky a genderu a nejnovější informace z médií. Informace jsou jeho způsobem podány s velkou dávkou ironie i s velikým nadhledem k současným aktuálním informacím.

Je to velký odpůrce bulvárního tisku, což se často v úvodu pořadu nebojí dát. Je to ale také velký zastánce demokratických principů a nikdy nikomu nevnucuje své postoje. Je zastáncem toho, aby každý měl právo na svůj názor, ale respektoval názor toho druhého. Na tomto principu vede svou show. A pokud Kraus s něčím nesouhlasí, vyjádří to satiricky a vtipně, aby to bylo zábavné pro publikum a aby to neurazilo.

V díle z 11.12. 2019 Kraus dokonce vyjádřil upřímnou soustrast rodinám zemřelých po útoku v Ostravské nemocnici a vyjádřil upřímnou soustrast. Dokonce ani kvůli tomuto tématu neuvedl žádné další nové zprávy z médií. Díl byl poté věnován šesti respondentů z řad bezdomovců, kteří se dostali z ulice a velmi se odlišoval od jiných dílů, které byly

velmi zábavné. Tento díl byl smutnější a na Krausovi bylo znát, že také není ve své kůži. Ovšem i přesto dokázal svým humorem pobavit respondenty i diváky. Osobně mne nejvíc pobavila ta část, kde Kraus rozebírá, jak se bezdomovci dokáží vypořádat s revizory v MHD. A jeden z recipientů mu sdělí, že pokaždé, když revizor vytáhne svůj odznáček, vyhodí mu ho svérázně z okna tramvaje. I Kraus má ovšem své meze a má své určité morální limity, přes které nechce jít. Tento díl tomu byl jasnou ukázkou.

4.2 Rétorické schopnosti, mluvený projev

Kraus dokáže být v rozhovoru velmi asertivní a musí si prosadit svůj názor a pohled na danou problematiku. Vždy bývá nad věcí a někdy dokáže i místo projevů lítosti dodat respondentovi mnoho kuráže. V dílu z 18.12.2019 dokázal velmi hezky slovně podpořit mladou zpěvačku Annu Slováčkovou v boji proti rakovině, kterou velmi trpí.

Jeho postoj k respondentovi je vždy uvolněný a neformální. Kraus užívá jak spisovného jazyka, tak i nespisovného v podobě různých slangů a nespisovných výrazů a občas dokonce i vulgarismů, které se vyskytovaly v některých dílech v roce 2019.

Vulgarismy jsou zde účelné, aby diváky ještě více pobavily. Sám Kraus je ale běžně v rozhovorech pravidelně nepoužívá. Jako moderátor se většinou zaměří na jedno téma, ze kterého se snaží čerpat po celý rozhovor a nebojí se skočit respondentovi do řeči, což bývá někdy až kontraproduktivní. Vždy si zachovává určitý nadhled a nenechá se rozhodit ani nepříjemným, nebo nespokojeným respondentem.

Velkým znakem Krausova verbálního projevu je jeho charakteristický okázalý, vynucený smích. Pokud se s hostem dostane do vtipného tématu, které sním vyčerpá, začne se velmi hlasitě smát a v této krátké pauze kapela odehraje krátkou znělku. Jde o to poukázat, že celý rozhovor je zkrátka jen zábavná záležitost a nejedná se opravdu o nic vážného a seriózního, aby to nebylo zábavné. Koneckonců, je to jen rozhovor, ne žádné formální soudní řízení.

Kraus je neformální a zachovává si svůj moderátorský styl opravdu u každého respondenta, i když je to například vysoce postavená a vzdělaná osobnost. Tato

neserióznost je mu často vytýkána a při rozhovorech s respondenty, kterým Krausův přístup a humor není blízký. Kraus si stále drží svůj osobitý přístup a měnit ho nehodlá. Lze to chápat tak, že si každý respondent zaslouží stejný přístup, jaký měl ten předchozí.

4.3 Specifický druh humoru

Jan Kraus má velký smysl pro humor. Není to člověk vztahovačný a umí si udělat legraci sám ze sebe. Sám se často před divákem staví do pozice toho méně chytrého a dělá ze sebe před respondentem i člověka, který vlastně nic neví a pořád se jen ptá. Má výborný cit pro ironii a sarkasmus a umí jej okamžitě, často i díky improvizaci, vhodně používat. Dokáže pobavit respondenty i diváky i beze slov. Strnulým, zadumaným pohledem se u vtipného tématu zadívá na respondenta a ten vybuchne v návalu emocí smíchy. Jeho odpovědi bývají často velmi spontánní.

Ani černý humor mu není cizí a dokáže diváky pobavit i na smutném tématu. Dokáže velmi přidržle, jadrně a sarkasticky popichovat hosta. Jde o takovou malou formu útoku na respondenta, který by se mu měl bránit. Ovšem stále jde o zábavu, byť mnohými kritiky klasifikovanou jako pokleslou. Tento způsob je občas riskantní metodou, jak diváka rozmluvit. Buď se začne bránit a diskuze se rozvede, nebo se stáhne do sebe. To je ta horší varianta.

Kraus není typem moderátora, který by vedl vážné rozhovory na formální úrovni. Jde spíše o takový lidový, neformální rozhovor. Často ve svých show pije limonádu, jí s respondentem a nebojí se ani zapojit do nějaké akce. Například si s respondentem na televizi zahraje hru, zazápasí si s ním, umyje a usuší psa a udělá s vtipným komentářem cokoli, co mu respondent připraví jako výzvu.

Mezi radami pro špatné moderátory upozorňuje J. Buček na jednu zásadní chybu:

Zasmeje sa ešte pred pointou vtipného komentára, aby náhodou publikum na 100 % zistilo, kde je pointa. (*J.Buček, Rola moderátora v masmediálnom dialogu, str. 143.*)

Kraus často svůj okázalý smích zapojí až po dokončení pointy vtipu. Užívá ho také ale velmi často ve chvíli, kdy samotný respondent není pobaven a začíná být nervózní.

Krausova předchozí show se nazývala *Uvolněte se, prosím*. Jednalo se o podobný pořad s Krausem, jako je Show Jana Krause. Název show je opravdu výstižný. Respondent by se měl u Krause především uvolnit, pobavit, nebýt sebekritický a rozhovor brát jako odpočinkový. Ovšem to, jestli se uvolní, závisí čistě na něm, na jeho osobním přístupu.

4.4 Přesvědčivost, důvěryhodnost, znalost tématu

V každé show vystupují vždy 3 hosté a každý z nich má s Krausem určitý časový úsek z celkové padesátiminutové stopáže. Samotný Kraus má show každý týden, takže čas na přípravu má maximálně 7 dnů. V tomto čase musí nastudovat veškeré informace o respondentech, které do pořadu pozve. V roce 2019 se i stalo, že host byl indisponován a Kraus za něj ihned musel najít náhradu. Bylo to o něco těžší, jelikož Kraus neměl vůbec připraveno, jak rozhovor s respondentkou povede a tak se musel věnovat čisté improvizaci.

Improvizaci zvládá Kraus velmi obstojně. Stačí mu jedna malá informace, od které může hovor odrazit a poté ji může celou rozvíjet. Sám ale má důkladně prostudovány své respondenty a do své show chodí vždy perfektně připraven. Musí být také velmi dobře obeznámen s aktuálními fakty z oblasti médií, která bude vtipně prezentovat. Nikdy ale nevíme, kam se až Kraus v hovoru dopracuje, takže vždy trochu improvizace zapojit musí. Nikde nemá připravené otázky ani nápovědu, vše musí zvládnout sám za sebe.

Některé části jsou naučené a Kraus je vždy jen zopakuje. Například v úvodu pořadu říká: *Děkuji uctivě diváci. Děkuji moc. Děkuji uctivě!* A v závěru říká: *Vážení diváci, to bylo pro dnešek vše, těším se za týden tady v divadle Archa nebo u televizních obrazovek!* Tyto fráze má již naučené a jsou pevně spjaté s pořadem. Rozhovory s respondenty jsou ale vždy originální. Sám tyto fráze zadrmlolí velmi rychle a strojově.

4.5 Neverbální komunikace a gestikulace

Pro Krause je typický jeho kyselý, strnulý, snad až zasmušile a smutně působící výraz v obličeji. Tento výraz často může působit negativně a příliš vážně, ale díky němu dokáže při nějaké komické situaci moderátor způsobit u publika i u respondentů záchvaty smíchu.

Kraus má vzpřímenou chůzi a vždy v pořadu chodí s rovnými zády a důstojně. Pokud sedí, nejdříve se opře do křesla a levou ruku si položí na stůl. Ovšem při rozhovoru s hostem se k němu lehce nakloní a pokud má o hosta opravdu veliký zájem, nebo je to například malé dítě nebo starší nedoslýchavý člověk, nakloní se k němu velmi blízko a levou ruku si položí o stůl a pravou o červený gauč respondenta. Při pokládání otázek často lehce zdvihne ruku do vzduchu nebo s ní mávne a pokud se začne smát, zakloní se opět do křesla a směje se opravdu velmi nahlas.

Oční kontakt s respondentem neustále udržuje a pohybem neuhýbá. Je také velmi dobrý v napodobování různých grimas. V roce 2019 v jednom z dílů měl jako respondentku vědkyni zabývající se výpočtem stresu. Kraus úšklebkem v obličeji s pomocí rukou napodobil stres opravdu věrohodně.

5. Analýza pořadu

5.1 Historie pořadu Show Jana Krause

Předchůdcem Show Jana Krause byl pořad *Uvolněte se, prosím*, který Kraus vedl od roku 2004 na ČT1. Po vzájemných neshodách s ČT1 si ale Kraus založil Show Jana Krause vysílanou na TV Prima od 3.9. 2010.

Mezi pořady *Uvolněte se, prosím* a *Show Jana Krause* lze najít určité rozdíly, ale vše se stále točí okolo Krause. V roce 2019 se točil také díl vysílaný z Londýna, a ne z divadla Archa v Praze. Mezi diváky byl přítomen Oktagonový zápasník Karlos Vémola a Kraus vedl rozhovor s Vémolovou přítelkyní, Lelou Ceterovou. Některé díly Show Jana Krause

vycházely i například z Milána, New Yorku nebo z Bratislavy. Zvláště Show Jana Krause v New Yorku byla pro pořad velmi významná. Mezi diváky byl dokonce i režisér Miloš Forman.

Zajímavostí je, že na začátku každého dílu se ptá Jan Kraus, zda – li je přítomen pan Odvárka. Jedná se o diváka, který byl zatím přítomen na všech dílech jeho pořadu, kromě toho v New Yorku, kde ho zastoupil Miloš Forman.

5.2 Analýza budoucího vývoje pořadu

Pořad měl k dnešnímu dni poslední vysílaný díl 14.10.2020 kvůli koronavirovým opatřením. Po rozvolnění všech opatření by měl nadále fungovat bez jakýchkoliv komplikací. Pořad má jasně stanovenou strukturu a průběh, který je neměnný a vypadá to, že Kraus ho takto zatím měnit nebude.

Je zde úvod, kdy nastupuje Jan Kraus, poté se Kraus zabývá aktualitami v médiích a ve světě, poté přicházejí jednotliví hosté a pokud je mezi hosty talentovaný umělec, dostane v tomto pořadu závěrečné minuty. Poté už se Kraus pouze rozloučí a na televizních obrazovkách běží závěrečné titulky.

Současná situace show ale neprospívá. Například 10.3.2020 se již muselo natáčet bez diváků, což je cenná složka talk show. Nebyl zde žádný smích a Kraus tam byl sám pouze s hostem. Pouze to poukazuje na to, jak jsou diváci velmi cenní v takovém pořadu jako jeho nutná a velmi potřebná součást.

5.3 Hodnocení diváků, dostupné recenze

Podle známého webového portálu ČSFD (Československá filmová databáze) má pořad Show Jana Krause úspěšných 74 procent dle recenzí diváků. Tím spadá do kategorie A mezi talk show a jde o velmi kvalitní pořad. Předchozí pořad Uvolněte se, prosím na tom byl ještě o něco lépe a získal dokonce 79 procent.

Dle serveru Novinky.cz je nejsledovanější talk show v Česku Všechnopárty moderátora Karla Šípa, ovšem překvapivé je, že na ČSFD má pouze 68 procent a řadí se do béčkové kategorie.

Bulvární noviny také velmi často hodnotí Krausovu talk show. V roce 2019 se velmi tvrdě vyjádřily o jednom z dílů tohoto pořadu. Článek v podstatě zmiňoval názory některých dotázaných Čechů na tento díl pořadu. Hosty v pořadu byli tehdy čtrnáctiletý Jan František Uher, Kateřina Brožová a nyní již zesnulý Andrej Hryc. Kraus schytl velikou kritiku. Rozhovor s Uherem prý byl velmi urážlivý a Kraus se vozil po malém, čtrnáctiletém klukovi. A s Brožovou prý Kraus zasahoval do příliš intimních záležitostí, když řešil její rozchod s panem Soukupem z TV Barrandov.

Situace byla ovšem trochu jiná. Hosté nebrali Krausův přístup zle a žádný si osobně na Krause nepostěžoval a rozhovory proběhly dobře. Odvetný úder pak bulvárnímu tisku zasadil samotný host Uher, který v dalším dílu odvedl úvod pořadu za Krause. Sdělil, že se necítí být Krausem uražen a že spolu mají velmi vřelý vztah. Poté tykáním vyzval Krause, aby si už pořad převzal. Je tedy důležité pořad nejdříve shlédnout, zjistit si důležitá fakta, než se rozhodnete o něm publikovat článek. Ostatně o samotném Krausovi se běžně ví, že s novináři, hlavně s těmi bulvárními příliš nezachází v rukavičkách. Má k tomu své pádné důvody, jako v tomto konkrétním případě. Každopádně tato část pořadu byla velmi zábavná a dokázala skvěle pobavit. Navíc ne každý si dokáže stříhnout úvod show místo Krause.

5.4 Audiovizuální zpracování pořadu

V pořadu je užito několik kamer, které se přepínají v závislosti na tom, ve kterém úseku se pořad nachází. Kamera je tedy schopna zaměřit z dálky celý pořad, nebo i jednotlivé tváře respondentů nebo přímo Krause. Také občas zaměří i nějakého recipienta. Děje se tomu hlavně u zábavné části rozhovoru, aby bylo vidět, že i publikum se baví. Když má Kraus svůj okázalý smích za doprovodu kapely, kamera se od něho vzdálí a zaměří celý

pořad z dálky a poté znova Krause. Kamera se netřese, zůstává stabilně na jednom daném místě a neposouvá se.

Velmi důležitou složkou je i kapela syna Jana Krause, pana Davida Krause. Pan Pavel Fanta zde hraje na klávesy, Ján Tulenko hraje na kytaru, Ondřej Hauser má na starost basu, Michal Daněk hraje na bicí a David Kraus se věnuje zpěvu. Kapela doprovází celou show od začátku, až do konce. Samotný úvod se nikdy bez kapely neobešel.

Divadlo Archa je celkem prostorné, a tak se do něho vejde opravdu veliké množství lidí. Kraus často užívá při rozhovoru vysouvací plazmovou širokoúhlou TV, kde prostřednictvím HDMI připojení pouští různé videoukázky. V případě, že je televize nefunkční, přijde technik a pomůže ji zprovoznit. Přímo na televizních obrazovkách a na youtube kanálu je u záznamů z pořadu občas viditelná reklama s odkazem na webové stránky Show Jana Krause a také je zde číslo účtu a reklama na nadační fond EMIL, který se věnuje podpoření handicapovaných dětí ve sportovní činnosti. I přímo na stránkách youtube.com pod každým videozáznamem je dostupný odkaz na stránky tohoto fondu.

PRAKTICKÁ ČÁST

ANALÝZA POŘADU A JEHO VLIVU METODOU INTERNETOVÉHO VÝZKUMU

6.1 Vyhodnocení pořadu recipienty

Na můj internetový dotazník odpovědělo celkem 35 uživatelů a byl podán prostřednictvím internetového odkazu na stránku survio.com. Byli z různých věkových a sociálních skupin. Na první otázku, jak často sledují Krausovu show, odpovědělo třicet procent respondentů, že pořad sledují jednou až dvakrát do roka a dalších třicet odpovědělo, že pořad sice pravidelně sledují, ale nějaký ten díl občas vynechají. Pouhý

jeden člověk to sleduje naprosto pravidelně a necelá třetina tázaných tento pořad nesleduje vůbec. Ten člověk, který to sleduje naprosto vždy, je známý ve věku 40 let. Nejedná se tedy o zástupce mé generace. Šlo hlavně o mladší generaci mezi 15-30 lety. Tím se mi potvrdilo, že mezi mladší generací už Krausova talk show tolik sledovaná, tedy až na určité výjimky, není.

Na otázku, jaký bude vývoj talk show Jana Krause, zhodnotila polovina skupiny respondentů, že tato talk show je stále velmi oblíbená a bude tu s námi ještě velmi dlouho. Skoro třetina tázaných dává tomuto pořadu jen rok, maximálně dva. A čtyři lidé tvrdí, že pořad je už zastaralý a novou, mladou generaci, již neuchvátí. Což je bohužel dost možné. Padl zde i názor jednoho jedince, který tvrdil, že show bude upadat sledovanost, jelikož teď přibývá více takových pořadů.

V případě, že by lidé vyplňující dotazník dostali pozvánku do Krausova pořadu, přes padesát procent z nich tvrdilo, že by to muselo podrobně zvážit. Čtvrtina by přijala ihned, ovšem téměř dvacet procent by ji ihned roztrhalo. Ne každému by se tak chtělo tento pořad navštívit.

6.2 Možnosti vylepšení pořadu

Z analýzy dotazníku vyplynulo, že většina z respondentů by zvolila politiky, herce, zpěváky, režiséry, doktory, vědce nebo sportovce. To show bezpochyby splňuje, hlavně herců je zde mnoho. Byly tady i další možnosti. Například někdo chtěl vidět kněze a řeholní sestry. Jeden člověk tvrdil, že by zde hlavně rád viděl někoho, kdo už v životě něco dokázal, a ne nějakou hvězdičku, která se jen potřebuje zviditelnit. Legrační byla i odpověď, že by sem měl dorazit nějaký moderátor. Snadno by tak mohlo dojít k nějaké slovní rozepři s Krausem, ve které by se nevědělo, kdo s kým tedy vede rozhovor.

Některé odpovědi byli i velmi kuriózní. Jeden z tázaných by zde rád viděl například bezdomovce nebo herce z filmů pro dospělé. To ovšem jenom dokazuje jeho neznalost ohledně tohoto pořadu. V roce 2019 zde byl jeden speciální díl, ve kterém vystupovali pouze lidé bez domova. A v jiném roce zde vystupovali jako hosté i pornoherci. Ovšem ne v hojném počtu, Kraus si zve většinou jiné, mnohem zajímavější hosty.

Zajímavá zde byla i odpověď jednoho tázaného, který by zde rád viděl operátory z nějakého call centra. Určitě by stálo za to, kdyby si Kraus s některým z nich pohovořil a porovnal svou práci, kde komunikuje s lidmi naživo s prací operátora, který používá pouze svůj hlas a vede rozhovory po telefonu. Stálo by za to porovnat, jak musí k práci přistupovat moderátor a jaké atributy musí splňovat pro svou práci operátor.

Velké množství dotázaných respondentů, téměř polovina, zde tvrdila, že Krausův přístup k respondentům není na úrovni a že jeho humor je na dosti pofidérní úrovni. Mé očekávání se splnilo a Krausův přístup k hostům zkrátka není pro každého. Byla zde i menší kritika k výběru hostů, anebo publika. Ovšem na prostředí divadla Archa a na celkovou akustiku, ozvučení a práci s kamerou si nestěžoval nikdo. V tomto ohledu je tedy vše v naprostém pořádku.

V roce 2019 tu měli také sledující mnoho oblíbených hostů. Je tedy vidět, že ačkoliv mnoho z nich pořad nesleduje pravidelně, kvůli zajímavé osobnosti se na něj podívají. Oblíbené byly díly například s Evou Holubovou, Davidem Pastrňákem, Terezou Ramba, Vojtěchem Bernatským, Jakubem Štáfekem, Machmudem Muradovem, Michalem Horákem, Ondřejem Mánkem, Evou Samkovou, nebo Marcelem Rimelem. Jeden z dotázaných zmínil i Oktagonového zápasníka Karla Vémolu. Ten zde ovšem byl v roce 2018 a ne v roce 2019.

Nejvíce zmiňovaný zde byl právě Jakub Štáfek, mladý režisér a herec, který byl u Krause poprvé. Štáfek byl tou dobou velice populární, jelikož vyhrál svůj první zápas v kleci Oktagonu a tak byl pozván ke Krausovi jako host. S Krausem vycházel výborně, jedná se také o velmi společenského člověka a komunikace byla velmi svižná a kvalitní. Tento člověk měl také veliký klid a rozhovor nebyl vůbec stresující záležitostí, jak tomu bylo v rámci několika případů.

Jeden dotázaný dokonce zmínil, že v tomto pořadu nemá žádného idola ani oblíbeného hosta a jeho jediným idolem je pán, na kterého se každé ráno po probuzení dívá do zrcadla. Ano, někteří lidé vyplňující tento dotazník, umí být velmi kreativní.

6.3 Komparace nejnovějších epizod pořadu s epizodami roku 2019

Novější epizody tohoto pořadu srovnala většina sledujících jako rovnocenné těm v roce 2020. A to téměř třičtvrtě dotázaných respondentů. Pouze sedm respondentů tvrdilo, že kvalitou pořad upadá a zhoršuje se čím dál tím více. A tři dokonce tvrdili, že pořad se zlepšuje ve všech ohledech. Jsou tedy zajímavější hosté, zlepšilo se celkové prostředí i přístup moderátora.

Malé množství dotázaných nemohlo na tuto otázku odpovědět, jelikož pořad vůbec nesledují. Bylo to celkem překvapivé, navzdory tomu, že kvalita lehce s novými koronavirovými opatřeními upadla.

6.4 Názory na psychologický profil Krausovy osobnosti

U otázky, jak vnímají respondenti Krausovu moderátorskou osobnost, třetina z nich potvrdila, že jim vyhovuje průběh show, ale Kraus je jim nesympatický v rozhovorech s respondenty. Dalších deset procent dokonce přiznalo, že Krause nemůže vystát a je na něj alergická. Kraus je tedy velmi kontroverzní osobnost a každému se zkrátka nezavděčí. Sedmi dotázaným se naopak Kraus jako moderátor velmi líbí a jeho přístup je jim velmi blízký. A stejnému počtu dotázaných moderátor nevdí, ale není prý ničím zajímavý.

A kdybychom porovnávali jeho oblíbenost ve filmech nebo v pořadu, vyjde to téměř nastejno. Třetina dotázaných ho má ráda ve filmech, ale ne v pořadu. Třetina ho má zase ráda v pořadu, a ne ve filmech. A poslední třetina ho vůbec nemusí.

6.5 Posouzení pořadu blízkými osobami recipientů

Nejvíce respondentů sleduje pořad se svými známými a rodinou v částech, kde je nějaká zajímavá osobnost. Ostatní hosté je příliš nezajímají. Pro pět dotázaných se ze sledování show stal dokonce rituál a sledují ho s rodinou nebo se známými naprosto pravidelně.

Z průzkumu vyplynulo, že polovina dotázaných sleduje show s blízkými osobami spíše když nic lepšího v televizi není, anebo to nesledují vůbec, a to ani jejich známí.

Jedna respondentka dokonce v dotazníku napsala, že její matka pořad využívá jako večerní kulisu, když žehlí prádlo, aby jí práce rychleji utíkala a ona neměla pocit, že je při práci sama. Mnoho lidí dnes televizi obecně využívá k tomu, aby měli při práci pocit, že se okolo nich něco děje. Člověk je bezesporu tvor společenský a tato forma sociálního chování je jednou z nich. Zkrátka potřebuje, aby se okolo něho pořád něco dělo a on se necítil sám.

Bylo pro mě celkem překvapivé, že v dnešní uspěchané době si respondenti na tento pořad stále umějí najít čas. Ať už chtějí vidět svoji oblíbenou osobnost, nebo koukají na pořad pravidelně, případně ho využívají jako zvukovou kulisu.

6.6 Oblíbení moderátoři dotázaných

Respondenti mají také své oblíbené moderátory. Mezi nimi byli například Ondřej Sokol, Robert Záruba, Ondřej Novotný, Jaromír Bošák, Marek Eben, Tereza Kostková, Jan Dědek, Libor Bouček, Daniel Stach, Karel Šíp, Daniela Drtinová, Ray Koranteng, Martin Veselovský, Maroš Kramár, nebo Lucie Výborná. Byl tu i jeden zahraniční moderátor, John Oliver. Jméno Roberta Záruby zde bylo dokonce až třikrát, jedná se tedy o velmi oblíbeného sportovního moderátora.

Samotného Krause zde nikdo nezmínil, jsem tedy přesvědčen, že o nějakého velmi oblíbeného moderátora se jednat nebude. Samozřejmě existují i lepší a zkušenější lidé v těchto profesích, ale spíše v tom hraje roli jeho celková oblíbenost mezi diváky.

6.7 Pohled recipientů na budoucí vývoj pořadu

Přesně polovina respondentů potvrdila, že pořad je stále velmi oblíbeným u velkého spektra sledujících a bude tu s námi ještě velmi dlouho. 28 procent dotázaných tvrdí, že

pořad tu bude ještě rok, maximálně dva a poté bude ukončen Krausem. Zbytek tvrdil, že tento průzkum zanikne ještě mnohem dříve.

Tato talk show snad bude i nadále fungovat. Pořád je velmi aktuální, a i když moderátor Kraus není oblíbený u každého, stále má co nabídnout. Budoucí úpadek je ale také možný. Nelze tedy stoprocentně predikovat ani jednu možnou variantu.

Po osobním rozhovoru s několika osobami, které mi na dotazník odpovídaly, jsem byl ujištěn, že ke zrušení tohoto pořadu snad dlouhodobě nedojde. To ale ukáže čas. Rozhodně by ale zrušením tohoto pořadu nedošlo k úpadku Krausovy kariéry. Byl to výborný herec i moderátor a je dnes ve svém seniorském věku kompletně zajištěn. Show je tedy spíše takové zpestření jeho dosavadního života.

Velkým otazníkem je zde také koronavirová krize, díky které byl pořad několikrát pozastaven a nyní je opět omezován. Je totiž možné, že jakmile bude pořad po dlouhé době nečinnosti opět obnoven, jeho sledovanost může rapidně klesnout.

ZÁVĚR

V první části bakalářské práce byly nejdříve obecnější úvodní informace k tématu, tedy jak probíhá vzájemně provázaná komunikace mezi respondentem, moderátorem a recipienty. Ve druhé kapitole je jasně představen žánr talk show, jeho druhy a řada známých moderátorů v tomto typu pořadů.

Další kapitoly už byly čistě o samotné Show Jana Krause v roce 2019 a jeho komunikaci s respondenty. Pro sepsání těchto kapitol bylo nutné celkově shlédnout celých 42 epizod tohoto pořadu v roce 2019 a podrobněji rozebrat každý jednotlivý díl jeden po druhém.

Ve třetí kapitole se věnuji přímo respondentům. Výsledkem tohoto průzkumu bylo, že majoritní skupinou hostů zde byli herci. V roli respondentů jsou hosté v asymetrickém dialogu. Kraus pokládá otázky a vede rozhovor. Málokdy je tomu naopak. Ne každý host se v pořadu cítí dobře, velmi často hostům nesedí Krausův černý humor s prvky sarkasmu a ironie. Ovšem většina se s ním dokáže normálně bavit. Při analýze jsem si

nemohl nevšimnout náznaků stresu u některých mladých, dětských respondentů. Což je v takovém věku pochopitelné. Dospělí, až na pár výjimek stres zvládali dobře a do hovoru se aktivně zapojovali.

Čtvrtá kapitola se zabývala samotným Janem Krausem. Kraus byl po celý rok 2019 v pořadu značně aktivní, společenská, extrovertní osobnost. Často užíval svůj specifický humor, měl velký přehled o tématech aktuálních i o hostech, které si pozval. Při komunikaci skvěle improvizoval, udržoval s respondentem oční kontakt, čímž mu dokazoval svou pozornost. Při dialogu dělal různá gesta pomocí rukou, předváděl i různé vtipné grimasy. Řečí těla, svým vzpřímeným postojem působil vždy sebevědomě. Když byl respondent tělesně postižený, staršího věku, jednalo se o dítě a komunikace, Kraus dokázal změnit tempo řeči, dával druhé straně více času na vyjádření se a příliš nezasahoval do hovoru. Potěšilo, že se Kraus zapojil i do různých činností, např. vaření nebo hra na hudební nástroj.

Pátá kapitola se zabývala samotným pořadem. Pořad je celkem kvalitně audiovizuálně zpracován a divadlo Archa má pro tento pořad ideální prostory, jak tvarem, tak akustikou.

V rámci praktické části jsem chtěl prozkoumat, jak tento pořad vidí blízcí z mého okolí. Celkově jsem dospěl k závěru, že Kraus je pro mnohé z nás značně kontroverzní osobností. Kamenem úrazu jeho talk show není audiovizuální zpracování, ani průběh pořadu. Je to jeho osobnost moderátora. Touto prací jsem se ujistil, že tento pořad má sice ještě možnost pokračovat, protože diváků zde je stále mnoho, ale jak tvrdila zhruba polovina dotázaných, ne každý ho má rád. Kraus dokáže často s hostem hovořit, velmi otevřeně, často o velice intimních záležitostech. Jeho humor dokáže být velmi tvrdý, téměř urážlivý pro hosta. Člověk, který si ze sebe dokáže udělat legraci, je u Krause ideální host. Ale vážnější osobnost, bez špetky humoru, by se měla tomuto pořadu vyhýbat obloukem.

Závěrem bych ještě dodal, že je čistě na úhlu pohledu, jak tohoto moderátora vnímáte. Pokud se člověk dokáže naladit na jeho styl moderování, Kraus dokáže velmi hezky potěšit a pobavit. Je to takový ten typ moderátora, kterého může člověk milovat, nebo nenávidět. Doufám tedy, že jeho pořad bude pokračovat i v dalších letech, navzdory

koronavirové krizi. U mladé generace, jak bylo v dotazníku patrné, sice už tak oblíbený není, ale stále si ho ještě někdo dokáže pusit, hlavně kvůli zajímavému hostu. Já ho osobně považuji po důkladné analýze, za velmi kvalitního moderátora, byť dokáže být občas trochu méně zdvořilý.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- BUČEK, J. –ZOUHAR, M.(2015):Argumentácia a médiá. Bratislava: Univerzita Komenského.
- ČMEJRKOVÁ, S. a kol. (2013): *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia.
- BUČEK, J. (2012): *Moderátor hlavní, alebo vedľajšia časť mediálneho produktu*. Bratislava: Univerzita Komenského.
- BUČEK, J. (2012): *Rola moderátora v masmediálnom dialógu*. Zlín: VeRBuM.
- ČMEJRKOVÁ, S. (1999): Televizní interview a jiné duely. Mediální rozhovor jako žánr veřejného projevu. *Slovo a slovesnost* 60, 247-268.
- ČMEJRKOVÁ, S. (2003): Mediální rozhovor jako žánr veřejného projevu. In: Čmejrková – Hoffmannová 2003, 80-115.
- MOTAL, J. a kol. (2012): *Nové trendy v médiích II*. Brno: Masarykova univerzita.
- MCQUAIL, D. (2009): *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- VYBÍRAL, Z. (2005): *Psychologie komunikace*. Praha: Portál.
- TEGZE, O. Neverbální komunikace. Praha: Computer Press, 2003

Seznam použitých zahraničních zdrojů

.....

Seznam použitých internetových zdrojů

<https://www.jukolart.us/tv-talk-shows/three-major-subgenres.html>

<https://www.novinky.cz/kultura/clanek/nejsledovanejsi-show-ma-sip-honzak-na-urovni-krause-40309960>

<https://stars24.cz/celebrity/ceske-celebrity/9166-cesi-se-nastvali-na-jana-krause-to-byla-ubohost-on-si-opravdu-mysli-ze-je-vtipny>

[Show Jana Krause \(TV pořad\) \(2010\) | ČSFD.cz \(csfd.cz\)](#)

[Show Jana Krause – Wikipedie \(wikipedia.org\)](#)

[Joseph Goebbels – Wikicitáty \(wikiquote.org\)](#)

[show jana krause 2019 - YouTube](#)

SEZNAM ZKRATEK

ČSFD – Československá filmová databáze

ČT 1- Česká tekevize

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Seznam tabulek

Seznam grafů

GRAF 1.....str. 21

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - DotazníkError! Bookmark not defined.

Příloha A – Internetový Dotazník

[https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.surveio.com%2Fsurvey%2Fd%2FV6B9Q1W9H6O9U3M6Q%3Ffbclid%3DIwAR2GYcNeuMXhkJigtGgPXGYtVW5gBNJSwViPLjAtA826uWhM8KE6c_9WFUs&h=AT3WKbdI-8ZT0NCFzRkuYDW8onilyn-ZvWolvT8UorTF1QSANcKTJtyve4MkBxfHDjK_j4jzNtbdkaBH_bc0tC5X1k0UKgKIQhAGYneGc9K-NKZEMCbYPHJpCRmmKfx7dsT4mBYtt1Gp-Q5od3li&tn_=-H-R&c\[0\]=AT0KndJGn-tHq8ukBeJP1CHL44hKfCDeKm_s4ev9Q_RlldrH-16dSODfffDxPZRFWstvN1_655syGoi-qb_xhk4tSoOXTQ_glaaCyfpuPcdaaTyDZgfmrH3dVS-Vk5nERVwVX4vEYw8jHH18PcnnD3VtPw](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.surveio.com%2Fsurvey%2Fd%2FV6B9Q1W9H6O9U3M6Q%3Ffbclid%3DIwAR2GYcNeuMXhkJigtGgPXGYtVW5gBNJSwViPLjAtA826uWhM8KE6c_9WFUs&h=AT3WKbdI-8ZT0NCFzRkuYDW8onilyn-ZvWolvT8UorTF1QSANcKTJtyve4MkBxfHDjK_j4jzNtbdkaBH_bc0tC5X1k0UKgKIQhAGYneGc9K-NKZEMCbYPHJpCRmmKfx7dsT4mBYtt1Gp-Q5od3li&tn_=-H-R&c[0]=AT0KndJGn-tHq8ukBeJP1CHL44hKfCDeKm_s4ev9Q_RlldrH-16dSODfffDxPZRFWstvN1_655syGoi-qb_xhk4tSoOXTQ_glaaCyfpuPcdaaTyDZgfmrH3dVS-Vk5nERVwVX4vEYw8jHH18PcnnD3VtPw)

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Jan Hůlek

Obor: Scénická a mediální studia

Forma studia: prezenční

Název práce: Komunikace respondentů v Show Jana Krause v roce 2019

Rok: 2021

Počet stran textu bez příloh:

Celkový počet stran příloh: 42

Počet titulů českých použitých zdrojů:

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:

Počet internetových zdrojů:

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

