

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO
PRAHA**

bakalářské (prezenční) studium
2011 – 2012

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Ludmila Mendlová

Vulgárnost veřejných projevů celebrit v médiích

Praha 2012

**Vedoucí bakalářské práce:
Mgr. Pavel Verner**

COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Full-Time Studies
2011 - 2012

BACHELOR THESIS

Ludmila Mendlová

Public expressions of vulgarity in the media celebrities

Prague 2012

**The Bachelor Thesis Work Supervisor:
Mgr. Pavel Verner**

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autorky

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce, Mgr. Pavlu Vernerovi, za odborné vedení a připomínky, které mi v průběhu práce poskytoval. Dále děkuji všem ostatním, kteří mi byli při tvorbě mé bakalářské práci jakkoli nápomocni.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá vulgaritou českých celebrit v médiích, dále pak historií vulgarismů a detailním rozbořem jednotlivých kauz v médiích. Přináší náhled na vulgaritu jako současný sociální problém a zaznamenává vývoj vulgarity od historie po současnost. Práce je rozdělena do tří částí, a to teoretické, analytické a praktické. Teoretická část je věnována především vulgaritě v širším slova smyslu. V analytické části jsou detailně rozebrány a hodnoceny jednotlivé kauzy českých celebrit. Jako hlavní metoda k ověření stanovených hypotéz je zde rozhovor, který byl proveden v praktické části.

Klíčové pojmy

celebrita, média, společnost, veřejný projev, vulgarita, vulgarismy,

Annotation

This bachelor thesis deals with vulgarity of Czech celebrities in the media, as well as the history of vulgarisms and detailed analysis of individual cases in the media. It causes a view into the vulgarity as a contemporary social problem and records the development of vulgarity from the history to the present. This bachelor thesis is divided into three parts, namely theoretical, analytical and practical one. The theoretical part is mainly devoted to the vulgarity in a broader sense. The concrete cases of czech celebrities are analysed and evaluated in details in the analytical part. The main method is a conversation which was done in the practical part and it is used as a certification of the given hypothesis.

Key words

celebrity, media, company, public speech, vulgarity, vulgarism

OBSAH

ÚVOD	9
I. TEORETICKÁ ČÁST	
1. VULGARITA.....	11
1. 1 DEFINICE	11
1. 2 HISTORIE	13
1. 3 VULGÁRNÍ GESTA VERSUS ZDVOŘILOST	15
1. 4 VULGARITA MLÁDEŽE	17
2. VEŘEJNÝ PROJEV	20
2. 1 UMĚNÍ MLUVIT	20
2. 2 ZÁSADY VYSTUPOVÁNÍ.....	22
3. CELEBRITY	23
3. 1 VÝSKYT VULGARITY	23
3. 2 MANIPULAČNÍ STRATEGIE	24
4. MÉDIA	26
4. 1 VULGARITA VYSKYTUJÍCÍ SE V TV	26
4. 2 VULGARITA VYSKYTUJÍCÍ SE V TISKU	27
4. 3 VULGARITA VYSKYTUJÍCÍ SE V RÁDIU	28
4. 4 ZÁKON O VULGARITĚ	29
II. ANALYTICKÁ ČÁST	
5. PŘÍKLAD VULGARITY V TV.....	30
5. 1 ZDEŇEK POHLREICH	30
5. 2 ROZBOR POŘADU „ANO ŠÉFE“	31
5. 3 KRITICKÉ POZNÁMKY Z POŘADU	32
5. 4 ŠIROKÁ VEŘEJNOST.....	33
6. PŘÍKLAD VULGARITY V RÁDIU	34
6. 1 LEOŠ MAREŠ A PATRIK HEZUCKÝ	34
6. 2 ROZBOR AFÉRY	35
6. 3 VYHODNOCENÍ AFÉRY	37
6. 4 ŠIROKÁ VEŘEJNOST.....	38
7. PŘÍKLAD VULGARITY V TISKU	39
7. 1 ČEŠTÍ POLITICI – ROZBOR AFÉRY	39
7. 2 HODNOCENÍ SITUACE	40
7. 3 ŠIROKÁ VEŘEJNOST.....	41
8. PŘÍKLADY VULGARIT POSTIHNUTÉ SANKCÍ	42
8. 1 SERIÁL TERAPIE.....	42
8. 2 JACKASS PRAHA-DĚTI MODERNÍ DOBY	43
8. 3 RUDA Z OSTRAVY NA FREKVENCI 1	44

9. PŘÍKLADY MEDIÁLNĚ ZNÝMÝCH OSOBNOSTÍ.....	46
9. 1 AGÁTA HANYCHOVÁ	46
9. 2 RYTMUS.....	46
9. 3 SKUPINA NIGHTWORK	47
9. 4 MIROSLAV KALOUSEK.....	47
9. 5 PAVEL NOVOTNÝ.....	47
 III. PRAKTICKÁ ČÁST	
10. STRUKTUROVANÝ ROZHOVOR	48
10. 1 POUŽITÉ OTÁZKY	49
10. 2 PRŮBĚH DOTAZOVÁNÍ.....	49
10. 3 VYHODNOCENÍ ROZHOVORU	50
ZÁVĚR.....	51
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	52
SEZNAM POUŽITÝCH ELEKTRONICKÝCH ZDROJŮ	53
SEZNAM PŘÍLOH.....	55

ÚVOD

Tématem této bakalářské práce je: Vulgárnost veřejných projevů celebrit v médiích. Tématika byla zvolena z důvodu její aktuálnosti (a obsáhlosti). Vulgarita a její projevy se v poslední době objevují stále intenzivněji. Nárůst vulgárních projevů můžeme pozorovat nejen co do množství, ale i co do užívaných výrazů. Spolu s tím však stoupá hranice tolerance recipientů mediálního prostředí vůči tvrdosti vulgarity a míře užívání.

Cílem této práce je v první řadě přiblížit pojmy – vulgarita, veřejné projevy, celebrity a média. Hlavní prostor v teoretické části bude věnován vývoji vulgarity od roku 1989 po současnost. S vývojem jazyka a vývojem celé společnosti po roce 1989 dochází i k vývoji a posunu vnímání vulgarity v mediálním světě, jak v České republice, tak i ve světě. Dnešní popkultura chrlí nové „celebrity“ každým dnem a jedinou možností jejich zviditelnění je vybočovat z řady. Hodní a slušní zapadnou v zapomnění.

Dnešní společnost více zajímají skandální příběhy mediálně slavných osobností. Důkazem toho je fakt, že nejvyšší denní náklad má deník Blesk. Otázkou zůstává, zda vulgarita ovlivňuje společnost. Rozborem této hypotézy se zabývá praktická část této práce, ve které jsou zaznamenány rozhovory s osobami, které tuto domněnku analyzují.

V analytické části jsou potom uvedeny příklady vulgarit v jednotlivých typech médií – v televizi, v rozhlasu a v tisku. Dalším cílem této práce je popsat výskyt a vývoj vulgarity v mediálním prostředí České republiky s přihlédnutím ke změnám, které probíhají od roku 1989. Na několika příkladech pak popsat, kdo to jsou novodobé české celebrity a jaký je jejich mediální obraz.

V neposlední řadě je cílem této práce zjistit, jestli se společnost mění na základě zvyšující se vulgarity českých médií – ať už tisku, televize, internetu nebo rozhlasu, či jestli změna a vývoj společnosti po uvolnění mediálního prostředí po roce 1989 nezvyšuje tlak na bulvarizaci těchto médií. Statistiky, které ukazují sledovanost televizí, poslechovost rádií a denní náklad tisku napovídají, že společnost dává přednost spíše čím dál více k lehkým zprávám a zábavě, než zprávám analytickým a vzdělávání.

Metody použité ke zjištění těchto stanovených hypotéz jsou analýza výskytu vulgarity v jednotlivých médiích a strukturovaný rozhovor.

1. VULGARITA

„Ani krásné, odborné, vědecké a politické literatury nejsou, jak je dobře známo, nadávky cizí. Vždyť jenom pouhý výčet jmen proslulých autorů, kteří je zvětčili ve svých dílech, by si zajisté vyžádal několik silných svazků.“

(MARYNČÁK, RICHARD, *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, s. 9)

1. 1 Definice

Přímá definice vulgarity neexistuje, avšak vulgarismy slycháváme ve společnosti a na veřejnosti dost často a pravděpodobně většina společnosti by dokázala vulgaritu definovat. Slovo „vulgární“ je v podstatě významově stejné jako následující slova: hrubý, agresivní, sprostý. Synonymum pro sprostý je: necudný, nestydatý nebo chlípny.

Vulgarismus je obecně definován jako sprosté slovo, vyjadřuje silně negativní a emotivní postoj vůči člověku, zvířeti či věci. Používání vulgarismů, ať už v tištěných nebo písemných formách je ve společnosti nevhodné. V některých případech až nepřipustné, což se týká například některých televizních show. Nejčastěji se vulgarismy používají jako nadávky nebo jako prostředek k uvolnění napětí. Konkrétně se to může týkat témat, jako jsou sexuální chování, vylučování moči nebo stolice apod.

Vulgarismy mají v našem životě nezastupitelnou roli. Mají svůj konkrétní obsah, formu sdělení. Navíc jsou v životě situace, kdy jediné vulgarismy jsou ta pravá slova, která jsou výstižná. Jako typický příklad lze uvést například situaci, kdy je člověk rozčilený. V takovém případě jsou často slyšet nadávky jako například „ty vole“ nebo „kurva“. Zcela jistě to jsou silně vulgární slova, která jsou slyšet ve velké míře všude kolem nás.

Vulgarismy, to jsou především sprostá slova a nadávky. Každý člověk má k této problematice jiný postoj, protože každý zastává jiné myšlení. Tím vznikají rozporuplné názory na vulgaritu. Lze se setkat i s takovým názorem, že vulgarismy mají v našich životech velmi důležitou roli. Někdy i ta sebesprostší slova nejsou jen němými svědky času, a to proto, že ze slov je složena řeč. Zcela nezastupitelnou roli v našich životech hrají právě vulgarismy. Nejsou totiž žádným metafyzickým pojmem, ale mají svůj konkrétní obsah a sdělnou formu. Většinou bývají nezastupitelné a srozumitelné. Také existuje takový názor, který říká, že v životě existují situace, kdy právě vulgarismy mají v České republice svůj domov. (Marynčák, 2010)

Vulgarismy se dají spojit s rétorikou a řečovou kulturou. I když rétorika znamená umění mluvit, ne vždy to musí být pravidlem. Rétorika má totiž spoustu významů nejenom v jazyce českém. V rétorice se nabízí řada otázek. Jiří Kraus ve své knize Rétorika a řečová kultura uvádí mimo jiné, že „*množství významů, které se v současné době, a to zdaleka ne pouze v českém jazykovém společenství, se slovem rétorika spojuje, hrozí nepochopením už v samém počátku pokusů o výklad obsahu i hranic této disciplíny. Nepochopení může být tím zásadnější, čím víc se na rozdíl ve významech věcných navrstvují ještě nestejná hodnotící znaménka. Máme se rétorice učit, nebo se ji obávat a před ní varovat? Je nástrojem užitečným nebo škodlivým? Jde jí jenom o návod jak vystupovat na veřejnosti, nebo o popis a rozbor skutečného stavu řeči? Máme ji spojovat jenom s minulostí, nebo je také schopna podat obraz o tom, jak se vyjadřují naši současníci?*“¹

¹ KRAUS, Jiří. *Rétorika a řečnická kultura*. Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2004. s. 7, ISBN: 80-246-0898-7

1. 2 Historie

Kořeny vulgarity jsou zaznamenány již od počátku vývoje společnosti. Nejprve se objevovala první vulgární gesta. Jakmile se začala zdokonalovat řeč, byla na světě i vulgární mluva, sprostá slova a urážky.

Oproti dnešní době, v období starověku nebyly vulgarismy vnímány jako urážky. Už Homér v Iliadě napsal, jak na urážky krále Agamemnona reagoval Achilleus, vůdce Mymidonů. Ten se zasloužil v době dobytí Tróje o titul nejsilnějšího, nejstatečnějšího a nejpoctivějšího. Agamemnon o něm totiž prohlásil, že je „drzý opilec jak pes, zbabělec a ještě k tomu nestoudný“. Jak je vidět, s nadávkami jsme se nezačali setkávat ve 20. století, ale už dříve. (Marynčák, 2010)

Dějiny nadávek a sprostých slov sahají až do dávné historie. Nad některými původy dnes vulgárních slov se člověk často pozastaví. Může se zdát, že některá sprostá slova, která jsou považována za nadměrně nezdvořilá, se dříve používala naprosto běžně. Například dnes často používané slovo „vole“. Jeho původ sahá až do staročestiny. Avšak za jakých podmínek toto slovo vzniklo dosud není známo, existuje pouze řada spekulací. Jako další příklad často používaného vulgarismu je: „(...)slovo *kurva* je z hlediska etymologického původu všeslovanského a má vztah ke slovu *kur*, *slepice*. Je až s podivem, jak toto slovo, které je odvozeno z latinského *currere*, *běžet*, tedy *pták*, který víc *běhá*, než *lítá*, postupem času zdomácnělo jako *přiléhavá nadávka nejenom pro ženy lehkých mravů*, ale získalo své uplatnění na mnohem širším základě. Říct o někom, kdo si to zaslouhuje, že je *kurva chlap*, se zdá být na místě. Už ve staročeském slovníku můžeme číst: *kurevný, kurevský, nevěstinec*.“²

² MARYNČÁK, Richard. *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, Praha : Levné knihy, 2010. s. 119, ISBN: 978-807309-496-6

Pokud by bylo zapotřebí detailně prozkoumat dějiny vulgarismů, je zcela nezbytné sem zařadit i vývoj jazyka jako nástroj komunikace. Jazyk se vyvíjel po mnoho staletí a může se o něm tvrdit, že má dvojí chápání. Jedna z možností, jak dvojí charakter jazyka chápat ve své knize uvádí Gerhard Helbig: „(...) *To, že jazyk má charakter nástroje, nesmí být ovšem interpretováno tak, že jazyk existuje výlučně ve formě smyslově vnímatelných fyzických znaků, tedy mimo naše vědomí. Zároveň existuje uvnitř našeho vědomí jako jeho součást. Teprve na základě tohoto dvojího charakteru je možné obsahy vědomí pomocí jazyka komunikovat, na tomto dvojím charakteru je založena zprostředkující funkce jazyka.*“³

Toto vysvětlení má vysvětlit, že ne vždy se musí popisovat hmatatelné věci, ale dá se také hovořit o věcech nehmatatelných, jako je např. láska, zlost či radost. Většinou jsou vulgární slova původem z latiny, což dokazuje řada slovníků.

(viz. Sedmijazyčný slovník vulgarismů, 2009)

Vulgarita od historie po současnost značně pokročila ve svém vývoji. Ve srovnání s dobou např. 18.-19. stol. a současností je vidět rozdíl určitého stupně nárůstu vulgarity. Některá slova mohou být dnes považována za velmi hrubou urážku, avšak v historii tato slova byla používána naprosto běžně. Jako příklad lze uvést hanlivou přezdívku nekatolíků z 18. stol, a to slovo „adamita“ (pochází z latiny). Znamenalo příslušníka sekty tzv. „naháčů“. Další nadávkou z 18. století je například věta „Ty šelmo francouzská“ nebo „Ty línej štokviši“. Tyto věty byly považovány za velice hrubé urážky. Pokud někdo sprostě nadával nebo klel, odedávna se o takovém člověku říkalo, že je „sprostý jak Maďar“.

(Marynčák, 2010)

³ HELBIG, Gerhard. *Vývoj jazykovědy po roce 1970*, Praha : Academia, 1991, s. 25, ISBN: 80-200-0312-6

1. 3 Vulgární gesta versus zdvořilost

„Člověk dokáže rukama a prsty udělat zhruba tři tisíce různých gest a mimickými svaly v obličeji pak může vyslat i několik stovek různých signálů o svých emocích. Je to až k nevíře, co člověk dokáže říct, aniž vyřkne jediné slovo.“

(Marynčák, 2010)

Výše uvedený citát jen potvrzuje to, že se vulgarita objevuje nejenom v mluveném stylu, ale poslední dobou ve velké míře i v gestech. Je známo několik příkladů vulgárních gest například z politické a mediální scény. Zdvížený prostředník premiéra Mirka Topolánka během parlamentní diskuse pobouřil před pár lety širokou veřejnost a nic nepomohlo vysvětlení Miroslava Kalouska, že mu tím jen vyjadřoval, že je jednička.⁴ Na stejné půdě se toto gesto vcelku uchytilo, čehož je důkazem bezeslovné vztyčení prostředníku poslance a ministra Víta Bárty během jiného parlamentního jednání. Podrobněji bude tato událost rozebrána v analytické části této bakalářské práce.

Vulgárních gest existuje na celém světě mnoho. Gesta, neboli řeč těla, vyjadřují, nebo zdůrazňují pocity a postoje mluvčího. Prostřednictvím posunků se snaží nejenom lidé, ale například i zvířata něco sdělit, vyjádřit.

Dalším vulgárním gestem je například „facka“. Pro někoho může znamenat spíše násilí, pro někoho vulgární gesto. S fackováním se setkáváme nejen mezi běžnými lidmi na ulici, ale i v politice jsou facky nepřehlédnutelnými událostmi. V české politice vzbudila svého času pozdvižení facka poslance Wagera, své osobní názory prostřednictvím facky vyjádřil i bývalý poslanec Miroslav Macek, který v roce 2009 během lékařské konference inzultoval dnešního poslance MUDr. Davida Rathu. „(...) Facka je v obecném slova smyslu metoda boje ověřená časem.“⁵

⁴ Viz příloha A

⁵ MARYNČÁK, R. *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, Praha : Levné knihy, 2010. s. 150, ISBN: 978-807309-496-6

V současné době hraje ve stylu řeči a charakteru jedinců podstatnou roli společensko-sociální úroveň. To způsobuje, že se hulvátství a nadávky stávají danou součástí našeho života. Jinak na tom nejsou ani celebrity nebo politici. Často se jejich veřejné projevy stávají vulgárními, ať už jde o gesta či vulgární mluvu. Protikladem vulgárního chování je chování slušné, až zdvořilé. Vystupovat zdvořile znamená mimo jiné používání spisovného jazyka, dobré vystupování a úcta k ostatním.

*„(...) Zdvořilostí se odedávna rozumí souhrn historicky a společensky podmíněných norem lidského jednání, především pak individuálního chování řečového. V našem výkladu budeme chápat zdvořilost jako strukturovanou stupnici významů, která vyjadřuje hodnoty kladné, neutrální i záporné.“*⁶

Dnešní mediální celebrity, zejména mladí lidé jako jsou například Agáta Hanychová, Sámer Issa, Rytmus otázku slušného nebo neslušného vystupování na veřejnosti příliš neřeší. Důvodem jejich vulgárního projevu je přiblížení se mladé posluchačské generaci a zvýraznění vlastní osoby mezi mnoha ostatními. Naproti tomu starší generace populárních osobností typu Karla Gotta, Karla Šípa nebo Lucie Bílé používá vulgárních výrazů v mnohem menší míře a důvodem pro toto použití je spíše vygradování vtipné historky nebo příběhu, než zvýraznění se na úkor druhých. Jejich diváci a posluchači jsou především starší lidé, kteří by vulgární a neslušné chování na veřejnosti od svých oblíbenců neakceptovali.

Jak vulgární gesta, tak slušnost a zdvořilost do světa showbusinessu zcela jistě patří. Bez urážek, nadávek a vulgarit by se naše média a diváci s velkou pravděpodobností nudili. Důkazem toho jsou statistiky sledovanosti jednotlivých televizních pořadů nebo denních nákladů periodik.⁷

Dnešní média a společnost vyhledává senzace, které jsou s vulgarismy spojené, aby dosáhla většího podílu sledovanosti nebo vyšší náklad.

⁶ KRAUS, Jiří. *Rétorika a řečová kultura*, Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2004, s. 156, ISBN: 80-246-0898-7

⁷ Viz příloha A

1. 4 Vulgarita mládeže

S vulgaritou se setkáváme u stále mladších lidí. Děti se s ní setkávají u svých rodičů v čím dál nižším věku. Nezřídka na ulici vidíme maminku s malým dítětem, kterému je vyhrožováno, že dostane „na prdel“. V rodině slyší děti spoustu dalších nadávek a sprostých slov, a v momentě, kdy přijdou do dětského kolektivu ve školce a škole, slyší a učí se další. Důkazem rostoucí vulgarity mládeže může být statistika využívání sociální sítě „FACEBOOK“, která jasně ukazuje procentuální stav sprostých slov vyskytujících se na zdech facebooku. Dalším ovlivňujícím faktorem pro děti a mládež je vyjadřování široké veřejnosti. Následující tabulka totiž ukazuje deset nejpoužívanějších sprostých slov v ČR.⁸

10 nejpoužívanějších sprostých slov v České republice

Slovo	Počet
trouba	2 000 000
sakra	1 610 000
pitomá	1 550 000
fuck	1 400 000
kůň	1 390 000
hovno	1 240 000
trubka	1 180 000
prdel	1 010 000
matěj	971 000
blázen	894 000

⁸ DOČEKAL, D., www.pooh.cz : *Nejvíce a nejméně používaná česká sprostá slova* [online]. 2011 [cit. 2012-01-13]. POOH.CZ. Dostupné z WWW: <<http://www.pooh.cz/IT/a.asp?a=2016808>>

Jak vulgarita u dětí a mládeže pokročila od historie po současnost je dobře poznamenáno v následující ukázce. „(...) *Tu a tam jsou doby, kdy učitel mlátil své neposlušné ovečky a sprostě jim nadával. Dnes můžeme často číst opak: Za pětku z matematiky zbila rozzuřená školačka učitelku. Ve světě jsou dokonce známy případy, kdy rozvášnění žáci po učitelích házejí všemožné věci. Jaké posměšky si z nich tropí. Svět, ve kterém žijeme, není žádná idyla. Právě naopak.*“⁹

Stará přísloví praví: „Starého psa novým kouskům nenaučíš“ nebo „Ohýbej proutek, dokud je mladý“. Říkají nám, že nejvíce se člověk naučí, dokud je mladý. Toto pravidlo se týká především dětí a mládeže. Jakmile člověk dospěje, jen těžko se dá změnit jeho povaha či charakter. Při výchově daného jedince hraje zásadní roli rodičovská výchova. Dalšími ovlivňujícími faktory mohou být například spolužáci či média. Pokud rodič své dítě z hlediska morální výchovy zanedbává již od ranného dětství, následky se mohou projevit právě v podobě vulgárního chování či netaktního chování k ostatním jedincům společnosti. Řada psychologů potvrdila, že zejména malé děti rádi kopírují své rodiče a okolí. V momentě, kdy dítě začne chodit do školy, velkou roli pro něj budou představovat jeho spolužáci a bude se snažit zapadnout do kolektivu. Toto jsou obecně platná pravidla, která zcela jistě platí pro celou naši společnost.

⁹ MARYNČÁK, R. *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, Praha : Levné knihy, 2010, s. 316, ISBN: 978-807309-496-6

Velký vliv na morální, fyzický i psychický vývoj dítěte má také televize. Je to totiž nejvíce frekventované médium a v mnoha zemích světa pomáhá co nejvíce může, dělat z dětí a mládeže tzv. „citové idioty“. Toto označení se v mluvě psychologů a psychiatrů často značí pojmem „deprivant“. V dnešní společnosti je to také především zloba, nenávist a závist, které lomcují s naší mládeží.

(Marynčák, 2010)

Jako další mediální postrach pro děti a mládež lze uvést internet. Manipulace dětí s počítačem (včetně internetu) má totiž jak své výhody, tak i nevýhody. Záleží především na tom, kolik času tráví na PC a hlavně také za jakým účelem. Vyhledává-li jedinec potřebné materiály k výuce, hraje-li různé interaktivní hry, které rozvíjí jeho estetické cítění, je čas strávený u PC naprosto v pořádku. Pokud ovšem dává přednost hraní agresivních her, kde se střílí a zabíjí nebo tráví čas vyhledáváním pornostránek, nevěstí to o jeho budoucím morálním rozvoji nic dobrého. V tomto případě je zapotřebí, aby daného jedince korigovala a omezovala osoba, zodpovědná za jeho morální vývoj, což by ve většině případů měli být rodiče.

Z předchozích dvou odstavců tedy vyplývá, že největší hrozbou pro morální vývoj mladistvých a dětí jsou jednoznačně televize a internet. Je to dáno tím, že internet je beze sporu nejpřístupnějším médiem, kde informace nepodléhají takové kontrole oproti jiným médiím a každý jedinec si přijde na své. Avšak televize se stává hrozbou tehdy, když jedinec může sledovat vulgaritu audiovizuálně bez limitujícího faktoru dospělého člověka. Z těchto důvodů je zapotřebí, aby rodiče kladli větší důraz na výchovu svých dětí.

2. VEŘEJNÝ PROJEV

Veřejné projevy se mohou lišit v důležitosti jejich oznámení a způsobem interpretování. Mohou promlouvat obyčejní lidé, například zaměstnavatel ke svým zaměstnancům. Dále to jsou projevy našich politiků nebo celebrit. Mohou se také rozdělit na osobní (kde řečník mluví k lidem z očí do očí) nebo prostřednictvím nějakého média (například novoroční projev pana prezidenta). V následujících dvou podkapitolách bude kladen důraz na to, jak by řečník měl mluvit, a na co by měl dbát při svém vystupování.

2. 1 Umění mluvit

Schopnost se slovně vyjádřit je dar, který umíme používat téměř od útlého věku. Ovšem umět kvalitně a správně mluvit na veřejnosti bývá pro někoho velký problém, zejména při prvotních začátcích. Existuje spousta obecných rad, kterými je dobré se řídit. Následuje několik obecných rad, jak vystupovat podle Emila Hierholda.

„(...) Každé vystoupení považujte tedy za jakousi výzvu k přesvědčování, i když se možná domníváte, že byste měli jen informovat. V každém případě musíte své publikum přesvědčit o tom, že vy sami stojíte za to, aby vám naslouchali. To ovšem nastane jenom v tom případě, že bude mít i váš osobní koeficient efektivnosti patřičnou hodnotu: kombinovaný přínos informací i určitého potěšení z vašeho projevu musí být pro posluchače větší, než hodnota jimi vynaloženého času a pozornosti!“¹⁰

¹⁰ HIERHOLD, Emil. *Rétorika a prezentace*, Praha : EKON, 2005, s. 16, ISBN: 80-247-07829

Umět správně mluvit na veřejnosti není vůbec jednoduché. Mediálně známé osobnosti se s tímto problémem setkávají poměrně často. Vždy se od nich očekává kvalitní výkon s dostatečně připraveným tématem. Typickým příkladem je už zmiňovaný projev pana prezidenta. Je velice důležité nepropadat nátlaku médií či nervozity. Všechny psychické bariéry se následně odráží ve výsledku vašeho přednesu.

(Hierhold, 2005)

Vývoj veřejných projevů sahá hluboko do historie. Postupem času se výkony projevů zlepšovaly. Bylo to způsobeno tím, že se zdokonalovaly komunikační a sdělovací prostředky. Učením bylo možno dosáhnout opravdu kvalitního přednesu. Ve stručnosti se o historii veřejného projevu vyjádřil ve své knize také Jiří Kraus :

„(...) V antickém Římě, zejména po nástupu císařství a v období tzv. druhé sofistiky, kdy veřejné projevy ztratily svůj politický charakter a měnily se v pouhé demonstrace stylistické virtuozity řečníků a deklamátorů, byly počty posluchačů velice rozdílné. Přednášelo se např. pro vybranou společnost v soukromých domech nebo též ve veřejných lázních. Naproti tomu řečnickými fóry se stávaly i rozsáhlé amfiteátry, vesměs s vynikající akustikou.“¹¹

Řečníkem se však nemůže stát každý. I přesto se v dnešním světě médií občas objeví projevy, nad kterými zůstává rozum stát. Nejvíce se to stává ve světě osobností, celebrit, politiků, apod. Krátký citát od Cicera vystihuje vše:

„(...) Nemůže dobře mluvit ten, kdo není znalý řeči. Co nerozumnějšího než prázdný zvuk nejlepších a nejpěknějších slov, která postrádají myšlenku a vědění.“¹²

¹¹ KRAUS, Jiří. *Rétorika a řečová kultura*, Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2004, s. 50, ISBN: 80-246-0898-7

¹² KRAUS, Jiří. *Rétorika a řečová kultura* (Cicero, O řečníkovi), Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2004, s. 163, ISBN: 80-246-0898-7

2. 2 Zásady vystupování

Vystupovat na veřejnosti není tak jednoduché, jak se může na první pohled zdát. Širokou veřejnost ovlivňuje spousta faktorů. Tím se rozumí například to, jak se kdo oblékne, jak se chová k ostatním, jaká používá gesta, jakým stylem mluví či jakou si vytvoří celkovou image.

Existuje několik rad, jak správně vystupovat. Tyto rady jsou určeny pro všechny, kteří chtějí se svým vystupováním něco dělat. V první řadě rozhodně platí, že je důležité mít vše dobře připravené a promyšlené. Neponechat nic náhodě. Existuje nespočet rad a instrukcí, jak by měl správný projev vypadat, co by měl obsahovat, atd. Toto je názorných sedm instrukcí a pokynů k dosažení kvalitního projevu.

- 1) Vždy si prozkoumat pracoviště - nezačínat „naslepo“.
 - 2) Pozitivně se naladit a těšit se na svou prezentaci.
 - 3) Předvést pevný postoj a nezapomenout na své ventily energie.
 - 4) Provázet diváky za pomoci různých pracovních pomůcek.
 - 5) Nepředpokládat, že je něco předem jasné a zcela dopodrobna to divákům co nejlépe vysvětlit.
 - 6) Dát najevo, že jsou pro vás cílové osoby a jejich porozumění nejdůležitější.
 - 7) Pokud se vyskytnou nějaké komplikace-neberte to hned osobně!
- (Hierhold, Emil, Rétorika a prezentace, 2005)

Například celebrity to zřejmě nemají jednoduché. Je na ně upoutána pozornost, a proto je zapotřebí být stále ve střehu a nic nepokazit. Očekává se od nich stoprocentní výkon. V některých případech následuje velké zklamání a někdy to naopak vyjde. Odborníci přes etiku, kteří se zabývají skandály celebrity systém zviditelnění sebe sama neschvalují, avšak právě vulgarita, skandály a trapasy budí mediální zájem a vzbuzují pozornost lidí. Každý člověk by měl mít na paměti alespoň jednu zásadu, kterou by měl při svém vystupování respektovat.

(Hierhold, 2005)

3. CELEBRITY

„O slavných toho obvykle chceme vědět něco více než o lidech obyčejných a názory na ně se časem nejednou dost výrazně mění. Tato zkušenost je prastará. Znovu si ji můžeme plně uvědomit při pohřbu jordánského krále Husajna, kterého se účastnily hlavy nejmocnější z celého světa, ale o několik let dříve byl tentýž král při iráckém napadení Kuvajtu přezdíván západním tiskem Král Krysa, protože se víceméně postavil na stranu agresora. Jsou to situace mrzuté.“

(Marynčák, 2010)

3. 1 Výskyt vulgarity

Ve své podstatě celé široké veřejnosti bez ohledu na věk není vulgarita cizí. Používání sprostých slov a nadávek je ve světě naprosto běžné. Vyskytují se jak v televizi, rádiu, tak i v tištěné podobě.

Jak už zde bylo jednou zmíněno, některé celebrity se mohou vyjadřovat vulgárně pouze proto, aby byly značně zviditelněné a dosáhly popularity. Nevhodné chování a sprostá slova nemusí být vždy úmyslné. Výskyt vulgarity se totiž nejvíce projevuje u dětí. Existuje určité tvrzení, které dokládá, proč tomu tak je.

„(...) Začíná to zpravidla zcela nevinně. Dítě přirozeně napodobuje dospělé-ve všem možném, a tedy i ve slovních výrazech. A právě v nadávkách se vyskytují slova zvlášť zvukomalebná, která nemohou ujít zvědavé pozornosti předškolního dítěte. Ale nejde jen o slova, jde o chování a postoje toho nadávajícího!“¹³

¹³ MARYNČÁK, R. *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, Praha : Levné knihy, 2009, s. 310, ISBN: 978-807309-496-6

I přesto, že je v ČR vulgarita před 22. hodinou zakázána (což se týká především TV a rozhlasu), spousta televizních i rozhlasových stanic toto omezení nedokáže ohlídat. Stejně tak je to například i u hudby. Mediální portál Proglas provedl výzkum, kdy se ptali určité cílové skupiny na to, zda jim v textu písní vadí vulgární slova. Výsledky nebyly zcela přesvědčivé a jednoznačné, ovšem určitá převaha odpůrců tam byla.¹⁴

Vulgarita se dá zachytit v různých podobách. Vulgární vyjadřování je zřejmě nejčastější forma. Dále pak vulgaritu můžeme zaznamenat například v médiích, kde se můžou vyskytovat různé lechtivé záběry, vulgární gesta nebo obrázky (fotografie). O tom, zda by se dalo výskytu vulgarity zabránit lze pouze spekulovat. Prozatím nezbyvá nic jiného, než se nad různými vulgárnostmi nepozastavovat.

3. 2 Manipulační strategie

O tom, zda se dá nazvat vulgarita celebrit za manipulační strategii se může pouze spekulovat. Spekulativní tvrzení by mohlo být takové, že spousta našich celebrit jde pouze za slávou a bohatstvím a udělá pro to téměř cokoliv. Mohlo by být toto tvrzení pravdivé? Stačí se poohlédnout po české či zahraniční scéně. Takové celebrity jako jsou například Zdeněk Pohlreich¹⁵ nebo Lady Gaga¹⁶ (která je velice známá nejen v ČR, ale i v zahraničí) bývají často spojovány se slovem = vulgarita.

¹⁴ Viz příloha A

¹⁵ Viz příloha A

¹⁶ Viz příloha A

Vulgární vyjadřování vypovídá o člověku ledascos. Většina celebrit má dost velké sebevědomí na to, aby si mohly myslet, že mají u ostatních veškeré sympatie. Ovšem ne vždy se tímto názorem ztotožní. Vzácným příkladem je již výše zmíněný Zdeněk Pohlreich, který je svým vulgárním slovníkem velice populární. Názory na něj jsou rozporuplné. Někdo si ho pochvaluje, někdo si myslí, že to má v popisu práce. Z teoretického hlediska je logické, že produkce chce mít co největší sledovanost a ostré nadávky či sprostá slova zvýší zájem u diváků.

Nadávky, to je určitý druh vulgarismů, se kterými se setkáváme dost často. Richard Marynčák ve své knize velice výstižně popisuje, proč jsou lidé vulgární a tak často nadávají:

„(...) Dnešní civilizace jako celek trpí vůbec nedostatečným odreagováním pudového agresivního jednání. Zanádat si, to je jenom nepatrný zlomek toho, aby se v člověku uvolnil ventil jakéhosi vnitřního přetlaku a v něm nashromážděných sil, které se potřebují dostat ven, aby ho nezadusili. Zdá se ovšem, že tak, jako může být a také je, jiný stupeň agresivního jednání u každého lidského jedince, tak také je jiný u jednotlivých ras, národu nebo jiné lidské skupiny.“¹⁷

Velmi podobný názor má i Anthony Hopkins, který se k dané problematice vyjádřil následovně: *„Hulvátství považuju za plivnutí do tváře. Naše filmová branže je hulvátství plná! Herci a režiséři jsou většinou děsný svině. Všechno to dělají jen pro prachy! Dohání mě to k nekontrolovatelné zuřivosti!“¹⁸*

Je tedy zřejmé, že situace je jak na naší, tak na zahraniční scéně stejná. Vše funguje na určité míře sledovanosti a úspěchu. Zda se tím celebrity řídí či nikoliv ovlivňují pouze oni sami.

¹⁷ MARYNČÁK, R. *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, Praha : Levné knihy, 2009, s. 29, ISBN: 978-807309-496-6

¹⁸ MARYNČÁK, R. *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, Praha : Levné knihy, 2009, s. 18, ISBN: 978-807309-496-6

4. MÉDIA

Jsou to především sdělovací prostředky, které mají za úkol nás informovat. Sbírají co nejvíce dat a informací, aby vzbudili pozornost široké veřejnosti. Pro nás jsou nejzákladnějšími a nejznámějšími médii televize, rozhlas, tisk a také internet, avšak existuje i podrobné dělení, které vypracoval internetový portál PRESS SERVIS:¹⁹

- 1) Podle typu** - tiskové agentury, noviny, časopisy, televize, rádia, internetové portály
- 2) Podle působnosti** - mezinárodní, národní, regionální, lokální
- 3) Podle periodicity** - deníky, týdeníky, měsíčníky
- 4) Podle zaměření** - zpravodajství, publicistika, ekonomika, zábava a jiné

4. 1 Vulgarita vyskytující se v TV

Vzhledem k tomu, že televizi sleduje denně poměrně dost lidí, dalo by se říct, že ve značné míře ovlivňuje širokou veřejnost. Dle RRTV (Rada pro rozhlasové a televizní vysílání) je televize médiem, ve kterém se vulgarita vyskytuje nejčastěji. První pozici si zatím stále drží TV NOVA. Některé zábavné pořady, seriály, soutěže nemají mnohdy se spisovnou mluvou nic společného. Typickým a názorným příkladem by mohla být show Česko-Slovenská Superstar, kde se daly postřehnout nadávky a sprostá slova opravdu ve značné míře. V současné době běží na TV NOVA například několik kriminálních seriálů, kde brutalita a vulgarita občas doslova vyráží dech, a to i před 22. hodinou.

¹⁹ [Www.press-servis.ecn.cz](http://www.press-servis.ecn.cz) : *Jak fungují média* [online]. 2000. PRESS SERVIS. Dostupné z WWW: <<http://press-servis.ecn.cz/manual/jak-funguji-media/>>.

Jako následující můžeme řadit TV Prima. I u ní platí nespočet kriminálních seriálů, pořadů a v poslední době i soutěží, mezi které patří nově např. Hotel Paradise. Hlavním cílem televizního vysílání je mít co největší sledovanost. Každá vysílací stanice se tímto cílem zabývá jinak. Některé se postarají o to, aby jejich pořad byl co nejvíce extravagantní, a snaží se upoutat pozornost diváka. Oproti tomu jsou televizní stanice, které se snaží především informovat a zaujmout bez pomoci vulgárních slov, a tím docílí přízně diváka a serióznosti.

4. 2 Vulgarita vyskytující se v tisku

Tisk je pro českou společnost součástí každodenního zisku informací. I přes to existují výjimky. Některé tiskoviny zastupující bulvární deníky používají vulgaritu, jak v psané formě, tak i ve formě fotografií, i přes daná pravidla, která je zakazují. Za seriózní tisk lze považovat Lidové noviny nebo Mladou frontu Dnes.

Tiskové agentury informují především širokou veřejnost. Přednostně by měl daný článek člověka zaujmout. Dále by se dalo konstatovat, že tiskové agentury snaží prodat co nejvíce výtisků. Především bulvární tisk se předhání tím, kdo bude mít více šokující a zajímavější titulek. Přitom jde mnohdy o totéž. Navzdory některým vulgárnostem, které se v tisku mohou objevovat, je možné tvrdit, že jde o jednu z forem sdělování informací. Na každém člověku záleží, zda si noviny koupí či nikoliv. Zda ho bude zajímat článek s vulgárním titulkem či od něj odvrátí pozornost.

4. 3 Vulgarita vyskytující se v rádiu

Rádio je médium, se kterým se dostáváme do styku téměř každý den. Existuje nespočet frekvencí. Mezi proslulá rádia patří např. Evropa 2, Frekvence 1, Rádio Blaník, Rádio Faktor nebo Fajn rádio. Každé má svůj specifický styl, který se snaží dodržet. Pod specifickým stylem se rozumí například znělka daného rádia, moderátoři, styl hudby a celkový koncept. Frekvence by měla být uvedena jak ve znělce, tak na logu rádia.

RRTV(Rada pro rozhlasové a televizní vysílání) stanovila určité podmínky, kterými by se rádio mělo řídit. Pokud jde o vulgaritu, platí zde stejný zákon ²⁰ jako u televizního vysílání. Sprostá slova, nadávky před 22. hodinou nesmí zaznít. Pokud k tomu dojde, může rádio obdržet od RRTV upozornění nebo v horším případě sankci. Jelikož jsou podmínky opravdu přísné, většina rádií si dává velký pozor na to, co říká. Snaží si zachovat určité dekorum.

Není známo příliš mnoho případů, kdy se vulgarita v rádiích objevila, avšak existuje pár výjimek. Výjimkou je například Leoš Mareš, který působí na Evropě 2 nebo Ruda z Ostravy, který působí na Frekvenci 1 (konkrétně v analytické části). Vzhledem k tomu, že jsou to mediálně dosti známé tváře, rádi na sebe upozorňují. Často používají sprostá slova, vulgární gesta a nadávky.

I přes těchto pár výjimek lze říct, že se v rádiích vulgarita nepoužívá tak často. Každý má svou oblíbenou stanici, kterou chce poslouchat. A proto nevznikají situace, kdy si lidé na určité rádio stěžují, jelikož ho poslouchají právě proto, že jim tento styl vyhovuje.

²⁰ www.rrtv.cz : *Zákony ČR* [online]. Poslední aktualizace 19. 1. 2012. RRTV. Dostupné z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/tuzemske-pravni-predpisy.htm>>.

4. 4 Zákon o vulgaritě

Jak již bylo výše uvedeno, vulgarita se v dnešní době vyskytuje hojně. Můžeme hovořit o vulgaritě českých celebrit, ale také o českých médiích. U mladistvých a dětí má velký vliv TV, především na jejich psychický i fyzický vývoj a také na jejich morální výchovu. Právě z tohoto důvodu není dobré, když se v televizi vyskytuje vulgarita různého charakteru.

Právě výskyt vulgarity v rádiu a TV má na starosti Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Kontroluje, aby se v době před 22. hodinou večerní nevyskytovala žádná vulgarita. RRTV má oprávnění vydávat sankce a pokuty za porušení zákona.²¹

Dříve však takovýto zákon neexistoval. V dřívějších dobách byli lidé více opatrní na svůj jazyk, a to z toho důvodu, jelikož existovaly tresty. Richard Marynčák ve své knize detailně popisuje například dobu Marie Terezie, kdy za rouhání byl trest věznění:

„(...) V mnoha zemích byly, a ještě dnes jsou, stanoveny vysoké tresty pro ty, kdož by se rouhali. Zákonodárství těchto zemí například za urážku jména božího, panny Marie, svatých a kultovních předmětů stanoví vysoké tresty. V zákonodárství carského Ruska se rouhání trestalo odsouzením k nuceným pracím na šest až dvanáct let. A navíc tam byly i tresty církevní.“²²

²¹ Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

²² MARYNČÁK, R., *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*, Praha : Levné knihy, 2010, s. 112, ISBN: 978-807309-496-6

II. Analytická část

5. PŘÍKLAD VULGARITY V TV

Televize je druhem médií, ve kterém se vulgarita vyskytuje nejčastěji. Je to i proto, že je to ve vyspělém světě zcela dominantní informační zdroj a ovlivňuje tak i nejširší sorty lidí. Typickým příkladem je Zdeněk Pohlreich a jeho pořad „Ano šéfe“. Následující část bude věnována jeho představení a image. Následně je uveden i rozbor samotného pořadu.

5. 1 Zdeněk Pohlreich

- známý především jako vynikající šéfkuchař a moderátor pořadu „Ano šéfe“
 - jeho věk: 54
 - jeho kariéra odstartovala roku 2007, kdy se stal vlastníkem Café Imperiál Praha (jedna z nejluxusnějších a nejnavštěvovanějších restaurací v ČR)
 - od roku 1975 začínal jako kuchař v různých restauracích nejenom v ČR, ale i v zahraničí
 - na pozici se vypracoval zcela samostatně
 - mediálně známou celebritou se stal prostřednictvím pořadu „Ano šéfe“
 - vyznačuje se především vulgární mluvou, gesty a celkovým vystupováním
 - u široké veřejnosti je velice oblíbený
 - v současnosti je jeho pořad „Ano šéfe“ jeden z nejsledovanějších u nás²³
- (MORAVEC MARTIN A WILKOVÁ SCARLETT, 2007)

²³ [Www.osobnosti.cz](http://www.osobnosti.cz) : *Zdeněk Pohlreich* [online]. 2002. OSOBNOSTI. Dostupné z WWW: <<http://www.osobnosti.cz/>>.

5. 2 Rozbor pořadu „Ano šéfe“

Pořad vznikl roku 2009²⁴ za účelem zlepšení gastronomie především v českých restauracích. Celkově má pořad 4. řady a 47 dílů. Majitelé restaurací oslovují Zdeňka Pohlreicha za účelem zvýšení tržby, zlepšení marketingové a personální stránky, ale především změnit podstatu vaření.

Samotný pořad začíná tak, že Zdeněk Pohlreich ochutnává pokrmy vytvořené kuchaři místní kuchyně. Po té jim vysvětlí, co bylo a nebylo špatně a snaží se o vytvoření nových jídelníčků a specialit. Cílem je nalákat do restaurace co nejvíce nových lidí. Zvládá řídit situaci jak v kuchyni, tak i na „place“. Po třech dnech strávených v dané restauraci odjíždí. Jakmile uplyne měsíc, po který má restaurace dokázat, že se danými radami řídí, vrací se zpět. Situace se opakuje a zjišťuje kvalitu a změny v restauraci a posuzuje, zda měla jeho návštěva nějaký efekt. Podstatou pořadu je získání hvězdičky, popř. hvězdiček ve formě nálepky, která pak při vstupu do restaurace deklaruje prověření restaurace pořadem „Ano, šéfe“.

Pořad „Ano, šéfe“ však sklídl nejenom velký úspěch, ale také značnou kritiku. Objevovaly se ohlasy zejména ohledně vulgárního vyjadřování Zdeňka Pohlreicha. Nutno poznamenat, že sprostých slov v pořadu zazní víc než dost. Zejména tedy při srovnání kuchařských výtvorů. Zdeněk Pohlreich rád používá slovní spojení „ty vole“, což u velké části diváků vzbuzuje velký odpor, zejména pokud se toto slovní spojení opakuje za každou jeho větou. Povinností střihačů je sprostá slova v pořadu tzv. „vypípat“. Je to z toho důvodu, jelikož jsou vulgarismy před 22. hodinou zakázány. Navzdory tomu, si však divák dokáže velmi dobře udělat obrázek o tom, co je moderátor v danou chvíli řekl a co tím bylo míněno.

²⁴ [Www.osobnosti.cz](http://www.osobnosti.cz) : *Ano šéfe* [online]. 2002. OSOBNOSTI. Dostupné z WWW: <<http://www.osobnosti.cz/>>.

Nabízí se otázka, zda moderátor skutečně takový je nebo si na „drsňáka“ pouze hraje. Pořad je převzatý z Velké Británie, kde se vysílá pod názvem „Ramsay's Kitchen Nightmares“ a moderátorem je slavný Gordon Ramsay. Aby byl pořad stejně peprný jako v zahraničí, bylo zapotřebí, aby se Zdeněk Pohlreich podobal ve vyjadřování Gorgona Ramsaye.

5. 3 Kritické poznámky z pořadu

V následujícím textu je uvedeno několik příkladů nepřipustných poznámek či komentářů, které by moderátor při vysílání rozhodně neměl používat. Podle daného portálu ²⁵ to jsou nejpopulárnější „hlášky“, které zazněly z úst Zdeňka Pohlreicha v pořadu „Ano šéfe“.

„Ty voe, neříkej mi, že to řešíte, tady se řeší takovejch věcí léta letoucí v týhle zemi.“

„V tom je brambor asi tolik jako rychlosti v cikánským kolotoči.“

„Do psích pochev urousanejch!“

„Čumí jak bulhar do mlátičky.“

„Tohle kdybych sněd celý, tak se mi budou zejtra u prdele rojit včely.“

„Tohle už necháme, abysme měli lepší záběry a já si asi půjdu na záchod pohladit břicho teplou lžící.“

„Co to je...? Přefiltrovanej lak na rakve??“

„Nebejt toho natáčení, tak bych se z toho poblil.“

²⁵ JAROŠ, P., www.jaros.in : *Nejlepší hlášky Zdeňka Pohlreicha (Ano šéfe!)* [online]. 2007 [cit. 2012-01-15]. Sektor PJ. Dostupné z WWW: <<http://www.jaros.in/item/nejlepsi-hlasky-zdenka-pohlreicha-ano-sefe#wrapper>>.

5. 4 Široká veřejnost

Pořad „Ano, šéfe“ již od začátku svého vysílání u nás zaznamenal velký úspěch. Jeho cílová skupina jsou lidé spíše středního a pokročilého věku, avšak z velké části ho sleduje také mládež. Jeho vysokou sledovanost dokazují i tzv. „divácké koláče“, kde je názorně vidět, jak je pořad oblíbený. Namátkou vybraný graf ze dne 10. 11. 2011 znázorňuje převážný procentuální rozdíl ve sledovanosti oproti jiným televizním stanicím.²⁶ Z tohoto grafu tedy vyplývá, že pořad sledovalo v tento den na TV Prima 36,86% diváků, na druhém místě byla TV Nova, která měla 31,33% a na třetím místě se umístila Prima Cool, která dosáhla pouze 5,31% sledovanosti. Znamená to, že pořad zaznamenává velký úspěch nejenom v zahraničí, ale také v České republice. Důkazem toho jsou již zmiňované „divácké koláče“.

Navzdory tomu, že se v pořadu vyskytují vulgarizmy ve značné míře, lidé ho stále rádi sledují. Zcela určitě však existuje velké množství stížností, kde si lidé stěžují právě na vulgární chování a vyjadřování Zdeňka Pohlreicha. Pořad sám o sobě přináší zajímavé zkušenosti a ponaučení, a tak není divu, že jeho sledovanost neklesá. Avšak otázkou zůstává, do jaké míry je pořad škodlivý pro mladistvé a jaký dojem zanechává u široké veřejnosti.

Co se týče široké veřejnosti, můžeme se setkat s rozporuplnými názory. Tak například slýcháváme, že je Zdeněk Pohlreich příliš vulgární, a právě to škodí celému pořadu. Dále také to, že bez ostrých slov Zdeňka Pohlreicha by pořad nebyl dost zajímavý a dynamický. V každém případě je pořad velice populární a diskutabilní. Záleží na každém, jaké kdo má priority.

²⁶ Viz příloha C

6. PŘÍKLAD VULGARITY V RÁDIU

V rádiu se vulgarita vyskytuje výrazně méně než například v TV. Jedná se především o to, že podmínky, které tam jsou stanoveny, jsou zřejmě přísné a z toho důvodu si moderátoři musí dávat velký pozor na to, co vystupuje do éteru. Přesto však existují případy, kdy se vulgarita v rádiu objevila. Názorným příkladem je opilost Leoše Mareše a jeho vulgární vystupování v éteru na Evropě 2. V této kauze jde o dvě hlavní postavy, a to Leoše Mareše a Patrika Hezuckého.

6. 1 Leoš Mareš a Patrik Hezucký

Leoš Mareš

- jedna z našich nejpopulárnějších celebrit
- vydělává několik milionů ročně a u nás má velký úspěch především jako moderátor (Evropa 2, velkolepé večírky, televizní show, atd...)
- proslavil se především jako „Pán kožichů“, kdy v roce 2001 odstartoval kariéru rapera a vydal svůj první hit: Tři slova
- od roku 2005 se stal moderátorem, jeho moderátorskou kariéru odstartovala reality show Big Brother a dále to byly pěvecké soutěže jako Česko slovenská superstar nebo X-faktor
- od roku 2009 se ve velké míře začal potýkat s alkoholem
- dnes je proslavený především jako moderátor se smyslem pro humor, uvádí společně s Patrikem Hezuckým ranní show na Evropě 2
- získal řadu ocenění

(Martin Moravec a Scarlett Wilková, 2007)

Patrik Hezucký

- 43 let
- známý především jako moderátor na Evropě 2
- na české scéně působí 10 let
- známý se stal prostřednictvím pořadu GoGo show, kde ztvárňoval vulgárního skladníka
- dnes moderuje ranní show s Leošem Marešem na Evropě 2
- jeho vulgární slovník nezná mezí

27

6. 2 Rozbor aféry

Následující aféra se stala 10. 1. 2011. V ranním vysílání Evropy 2 došlo ke konfliktu mezi Leošem Marešem a Patrikem Hezuckým. Leoš Mareš byl velice vulgární ke svému kolegovi Patrikovi Hezuckému. Ten se po jeho slovním napadení sebral a odešel pryč ze studia. Opilý Leoš Mareš ho v éteru ponížil před celým národem.

Celá aféra byla vyhrocena pozdním příjezdem Leoše Mareše do studia. Ten byl silně pod vlivem alkoholu a údajně došlo k ostré hádce mezi ním a Patrikem Hezuckým. V médiích se spekovala o tom, že mezi nimi došlo k ostré hádce, která vedla k tomu, že Patrik Hezucký opustil studio. Pravdivost tohoto výroku se potvrdila na portálu IDNES. Zásadní otázkou je, co vyvolalo bouřlivý konflikt mezi nimi. Odpovědi na tuto otázku jsou pouze spekulativní, tudíž se nedá pravdivě nic konstatovat. Ovšem nic na tom nemění fakt, že Leoš M. Patrika H. v éteru vulgárně urážel. Předcházel tomu odjezd Patrika H. (Zdroj: www.idnes.cz)

²⁷ [Www.osobnosti.cz](http://www.osobnosti.cz) : *Patrik Hezucký* [online]. 2002. OSOBNOSTI. Dostupné z WWW: <<http://www.osobnosti.cz/>>.

Zda byl Leoš Mareš skutečně v podnapilém stavu sice nebylo prokázáno, avšak vše tomu nasvědčovalo. Sám Leoš Mareš přiznal, že předešlou noc strávil v baru. Jednání Leoše M. bylo opravdu nemístné, nízké a nevhodné. Věty, které zazněly v živém vysílání byly především ironické a svým způsobem vulgární. Cíleně byly mířeny na Patrika Hezuckého. Zde je uvedeno několik vět, které zazněly z úst Leoše M. v ranním vysílání na Evropě 2.

- „Dámy a pánové, Patrik Hezucký nás zradil a za to by si zasloužil kulku!“
- „Patrik Hezucký je normální, obyčejnej chudák.“
- „Je to debílek“
- „Někdo má samozřejmě kulek víc“
- „Odešel bez jediného slova, což je pro něj typické“²⁸

Jeho podnapilý stav byl v jeho vyjadřování propagován velmi značně. Na jeho projevu bylo dobře znát, že se moderátor snaží o spisovnou mluvu, avšak neúspěšně. Nelogické poskládání vět bylo problémem číslo jedna. Jeho živé vstupy neměly hlavu ani patu. I přesto, že spolu Leoš M. a Patrik Hezucký spolupracují téměř 13 let, tento výstup zažili poprvé. Leošova silně pobuřující slova, mířená na Patrika H., ho nenechala chladným, a tak není divu, že se cítil uražen. Vrcholem celé této aféry bylo to, že Leoš M. prohlásil, že to byla poslední ranní show na Evropě 2. Druhý den odposlouchal záznam z vysílání a veřejně se omluvil do éteru jak lidem, tak Patrikovi. Ten jeho omluvu přijal a dle nejnovějších informací na portálu IDNES bylo zveřejněno, že jsou skutečně nadále přáteli.

²⁸ [Www.youtube.com : Opilý Leoš Mareš ve vysílání Ranní show Evropy 2](http://www.youtube.com/watch?v=1rGDEOuGPIY) [online]. 2011. Youtube.com. Dostupné z WWW: <<http://www.youtube.com/watch?v=1rGDEOuGPIY>>.

6. 3 Vyhodnocení aféry

Tato aféra neměla naštěstí žádné následky. Někdo by však mohl namítnout, že za Leošovo chování by bylo dobré udělit Evropě 2 pokutu. To se nestalo. Jak je možné, že se octne opilý moderátor v živém vysílání? Tato kauza uškodila nejenom Leošovi M., ale také rádiu. Co se týče morálky a etiky, tímto příkladem svým posluchačům rozhodně neprospívají. Nutno poznamenat, že ačkoliv Leoše Mareše viděli jeho kolegové, nechali ho i přes jeho podnapilý stav vysílat. Vzhledem k tomu, že je Leoš Mareš velice populární osobnost, přijít o něj si ředitel rádia zřejmě nemůže dovolit. Na druhou stranu je pravdou, že daná ranní show zaznamenala velkou poslechohost a mediální zájem, což se pro Evropu 2 stává pozitivem. Na Evropu 2 byla udělena sankce, která se ve finále vůbec nekonala. Leošovi Marešovi bylo vše odpuštěno a sankce se stáhla.

6. 4 Široká veřejnost

Vzhledem k tomu, že se vulgarita v rádiích vyskytuje jen velmi zřídka, mezi širokou veřejností vzbudila velký zájem. Není zcela běžné, aby moderátoři chodili do rádia v podnapilém stavu, a ještě k tomu vysílali živě. Jak již bylo výše uvedeno, je to zcela nepřípustné, nemorální, ale především neprofesionální.

Z hlediska poslechovosti je na tom Evropa 2 poměrně dobře. Poslední výzkum, z roku 2011 prokázal, že nejposlouchanějším rádiem se sice stalo Rádio Impuls, avšak Evropa 2 si drží druhé místo. Hned za ní se řadí Frekvence 1 a Rádio Blaník. Tento výzkum provedla společnost STEM/MARK Median a bylo dotazováno 15 tisíc lidí, z toho byla věková hranice respondentů 12-79 let. Z tohoto výzkumu je tedy jasně zřejmé, že se Evropa 2 nezaměřuje pouze na určitou cílovou skupinu. Tím, její popularita a poslechovost roste.²⁹

Z pohledu široké veřejnosti je tedy Evropa 2 (konkrétně ranní show) velice úspěšná rozhlasová stanice. Svědčí o tom různé výzkumy provedené společností Median. Pobuřující aféra Leoše Mareše sice zaznamenala ohlasy široké veřejnosti, avšak ani v nejmenší míře rádio nepoškodila.

²⁹ PETERA, M., www.radiotv.cz : *Analýza týdenní poslechovosti* [online]. 2011. RADIOTV. Dostupné z WWW: < http://www.radiotv.cz/p_radio/radioprojekt-i-ii-q-2011-mms-upevnuje-pozici-na-trhu-beat-skocil-vyrazneji-kupredu/ >.

7. PŘÍKLAD VULGARITY V TISKU

V České republice hraje tisk velmi důležitou roli. Vulgarismy se vyskytují zejména v bulvárním tisku. Nutno poznamenat, že vulgarita v tisku není o písmu, nýbrž o obsahu. Znamená to, že to není o tom, že by byl redaktor vulgární, ale jde tam především o vulgární témata, jako jsou večírky, nahoty a jiné záležitosti. Velký podíl na těchto článcích tvoří politici, jejich vulgární gesta a vyjadřování. Vztyčený prostředníček politiků bývá mnohdy hlavním tématem k diskuzi jak pro tisk, tak pro veřejnost. Jako příklad lze uvést poslance Věcí veřejných Víta Bárta nebo hejtmana Středočeského kraje Davida Ratha.

7. 1 Čeští politici – rozbor aféry

V listopadovém výtisku Mladé fronty dnes se objevil článek, kdy poslanec Věcí veřejných Vít Bárta ukázal ostatním členům Poslanecké sněmovny vztyčený prostředníček.³⁰ Zákodárci tento projev brali za vrchol drzosti a chtěli to řešit na mandátovém a imunitním výboru. K této situaci došlo tehdy, když V. Bárta navrhoval přerušení jednání. Poslanec ČSSD Jan Hamáček se k této kauze vyjádřil takto: *„Nevím, zda gesto bylo adresováno někomu konkrétnímu nebo jen obecně všem opozičním poslancům, ale my každopádně budeme požadovat projednání celé věci na mandátovém a imunitním výboru a případnou omluvu poslance Bárty.“*³¹

Poslanec Vít Bárta se chtěl samozřejmě bránit a na svou obhajobu řekl následující: *„Vůči nikomu jsem to gesto nezamýšlel. Aspoň je vidět, jak je životu nebezpečné přehánění čtyřiaadvacetihodinovky ve sněmovně. Člověk neví, co dělá!“*

³⁰ Viz příloha A

³¹ Výtisk Mladá fronta dnes ze dne 4. 11. 2001

Z neznámého důvodu se přidal i hejtman David Rath, který nazval ministra zemědělství „užitečným idiotem“. Za tento výrok měl být údajně potrestán, avšak nestalo se tak. Jak Vít Bárta, tak David Rath vyvázli bez jakýchkoliv následků. Mandantní a imunitní výbor totiž rozhodl, že se touto kauzou nebude nadále zabývat. Tím byla tato věc uzavřena.

7. 2 Hodnocení situace

Rozeprý, které nastaly v Poslanecké sněmovně mezi poslanci Davidem Rathem a Vítem Bártou vyvolaly velký rozruch nejenom v Poslanecké sněmovně, ale také mezi širokou veřejností. Vulgární gesta, výrazy a přirovnání se na politické scéně objevují poměrně často.

K vyhocení této situace došlo díky vztyčenému prostředníku. Je naprosto zřejmé, že toto vulgární gesto do politické scény nepatří. Svědčí to o charakteru člověka. Zejména David Rath je v politice vyhlášen za „hulváta“ a tímto výrokem, který byl mířený na pana ministra zemědělství, to jen potvrzuje. Vztyčeným prostředníčkem se většinou dává najevo velký nezájem a ignorace. Vít Bárta tím dal jednoznačně najevo, jak se staví k současné politické situaci. Zřejmě si však neuvědomil, jaké následky to může vyvolat jak mezi širokou veřejností, tak v politice.

Celkově se tato aféra dá považovat za naprosto nezdvořilou a zbytečnou. Slušnost zde nesehrála žádnou roli. Mohlo tu jít o chtíč být středem pozornosti nebo tím byla odhalena politikova povaha.

7.3 Široká veřejnost

Politika je věc, která je se širokou veřejností velice spjata. Není tedy divu, že se široká veřejnost o politiku zajímá. O to horší je, když se musí přihlížet k takovým situacím, jako je například předchozí konflikt mezi poslanci. V současnosti je vulgarita velice vyhledávaným zdrojem informací.

Pokud bychom se měli zaměřit na náklady různých deníků, mnohé výsledky mohou zaskočit. Například náklady za prosinec loňského roku, tedy za rok 2012 byly překvapivé. Největší průměrný denní prodaný náklad měl Blesk, který denně prodá 322 660 výtisků. Druhé místo překvapivě získala Mladá fronta dnes, která má denní náklad 216 752 výtisků. Oproti tomu například Hospodářské noviny prodají denně pouze 43 000 výtisků.³² Z této analýzy jasně vyplívá, že dnešní společnost více stojí o bulvár než o seriózní tisk. Zajímají se více o skandály celebrity než například o změny v politice. Tato skutečnost vytváří jednoznačný pohled na tisk.

³² HOPPNER, O., www.hoppner.blog.cz : *Náklady deníků prosinec 2011* [online]. 2012. HOPPNER MEDIA.BLOG. Dostupné z WWW: < <http://hoppner.blog.cz/1202/naklady-deniku-prosinec-2011>>.

8. PŘÍKLADY VULGARIT POSTIHNUTÉ SANKCÍ

Jak již bylo výše uvedeno, sankce uděluje RRTV (Rada pro rozhlasové a televizní vysílání). Podává návrhy a udává výši pokut. Zákonem, který nám říká, že se před 22.hod nesmí vyskytovat vulgarita by se měla řídit jak TV, tak rádia. Bohužel existují případy, kdy se v těchto médiích vyskytuje vulgarita ve velké míře. Zde bude uvedeno několik příkladů.

8. 1 Seriál Terapie

Terapie je televizní seriál vysílaný od pondělí do pátku ve 20:00 hodin na HBO ³³. Seriál má velkou sledovanost i přes velké množství vulgarit, které se v něm objevují. Právě vulgarita je problém, kterým se zabývá RRTV. Od diváků totiž přišlo velké množství stížností, a tak se RRTV rozhodla, že producentovi seriálu zašle upozornění. V něm byla stanovená týdenní lhůta na nápravu. Pokud se tak nestane, bude následovat sankce.

Seriál pojednává o psychoterapeutovi, který léčí svých šest stálých klientů. Každý klient za ním chodí s určitým problémem, který se v pozadí jakoby odehrává. Doposud je hlavním tématem jedna z jeho klientek, která se do něj zamilovala a dává mu to značně najevo. On žije ve šťastném manželství a možnost nevěry si nechce připustit. Veškeré scény, které se v seriálu objevují, jsou velmi dramatické a emotivní.

RRTV se v tomto případě rozhodla o udělení sankce. Vzhledem k tomu, že se seriál vysílá od 20.hod, mohou ho sledovat děti a mladiství. Ovšem výskyt vulgárních slov jako je např. „kurva, nasrat, do prdele,...“ se v seriálu objevují dosti často. Doposud se situace stále nevyřešila. ³⁴

³³ Viz příloha A

³⁴ POTŮČEK, J., www.digizone.cz : *Seriál Terapie je vulgární, RRTV kvůli němu hrozí HBO sankcemi* [online]. 2011 [cit. 2012-01-25] DigiZone.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/serial-terapie-je-vulgarni-rrtv-hrozi-hbo-sankcemi/>>.

8. 2 Jackass Praha-Děti moderní doby

Jako další příklad lze uvést reportáž, která byla odvysílána 24. 6. 2010 na TV Prima. Zásadním problémem této reportáže bylo vulgární a nevhodné chování mladistvých chlapců na veřejnosti. RRTV (Rada pro rozhlasové a televizní vysílání) se rozhodla dát tento případ k nejvyššímu soudu. Soud rozhodl ve prospěch RRTV a udělil TV Prima pokutu ve výši tří milionů korun. Hlavním důvodem bylo ohrožování mladistvých, a to před 22. hod. Ve zprávě od RRTV zaznělo následující tvrzení: „*Reportáž svým obsahem mohla působit inspirativním a návodním dojmem na dětské a mladistvé diváky zejména teenagerovského věku, čímž mohla ohrozit jejich fyzický, psychický i morální vývoj.*“³⁵

O čem tedy daná reportáž pojednávala? Skupinka Jackass Praha neboli Děti moderní doby provozovaly vulgárnosti a věci životu nebezpečné. Vše si skupinka nahrávala na video, které se pak dostalo do rukou TV Prima, a ta dané záběry zakomponovala do reportáže. Objevovaly se tam takové záběry, jako např. sjíždění kopců v nákupním vozíku, přebíhání kolejiště v metru, sjíždění eskalátorů na botech, ukazování pozadí, zapálení jednoho člena skupiny nebo házení táků po obsluze rychlého občerstvení. Vše za doprovodu opravdu vulgárního slovníku. Bohužel ani jednomu z chlapců nebylo osmnáct let. Po odvysílání reportáže přicházela spousta stížností ze strany diváků.

Reportáž rozhodně nepřinesla dobrý vzor pro mladistvé, právě naopak. Výtržnické a vulgární chování mladistvých se v dnešní době objevuje poměrně často. Nejčastější příčinou mohou být sami rodiče nebo podobné pořady tohoto charakteru.

³⁵ JANDA, J., www.mediafax.cz : *RRTV udělila televizi Prima tři miliony korun* [online]. Poslední aktualizace 11. 03. 2012 [cit. 2012-02-13] MEDIAFAX.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.mediafax.cz/kultura/3060016-RRTV-udelila-televizi-Prima-pokutu-tri-miliony-korun>>.

8. 3 Ruda z Ostravy na Frekvenci 1

Ruda z Ostravy

- vlastním jménem Michal Kavalčík
- jeden z nejznámějších komiků a moderátorů u nás
- je typický svým vulgárním a „buranským“ vystupováním, jeho upřímnost mnohdy bývá dost přehnaná
- jeho první angažmá bylo v roce 2005 v pořadu Na stojáka, kde ztvárňoval postavu burana a horníka ostravských dolů
- nejvíce se vryl do paměti diváků v show X-faktor roku 2005, kde byly k vidění legendární bubliny a píseň Ach synku, synku v jeho podání
- velmi populárním se stal v době, kdy s Martinou Pártlovou nazpívali píseň Ostrava, ta měla obrovský úspěch
- v roce 2008 zakládá společně s Milošem Knorem agenturu, která se nazývá KOMICI s. r. o.
- v současnosti je velmi oblíbeným moderátorem na rádiu Frekvence 1

36

„Ostravak“ na Frekvenci 1

Posluchači Frekvence 1 mohou poslouchat pořad Rudy z Ostravy každý den od 12-14hod. Jeho náplní práce je především showbusiness a skandály celebrit. Ví o všem, co se v mediálním světě stane a velice otevřeně a upřímně říká, co si o tom myslí. Jeho vulgární slovník a chování občas bývá na hranici slušnosti. Avšak od května loňského roku 2011 má Frekvence 1 problémy se slušností a přichází velké množství stížností právě na Rudu z Ostravy. RRTV (Rada pro rozhlasové a televizní vysílání) rozhodla, že ředitelovi Frekvence 1 zašle „upozornění“. To znamená, že mají možnost o patnáctidenní nápravu. Důvodem byly vulgarismy, které zazněly v čase mezi 12-14hod, kdy jsou jakékoliv vulgarismy zakázané.

³⁶ BÍLEK, J., www.rudazostravy.cz : *Ruda z Ostravy* [online]. 2010. Ruda z Ostravy.cz. Dostupné z WWW: <<http://rudazostravy.cz/neco-o-me/>>.

Výsledek tohoto upozornění byl následující: Ruda z Ostravy nadále moderuje na Frekvenci 1 bez jakéhokoli postihu. Styl moderování má stále stejný a dokonce dokáže být velice otevřený a drží k tomu, kdo si na něho stěžoval. Zda to bude RRTV i nadále řešit a následně udělí Frekvenci 1 pokutu, zatím není známo. I přes tento styl moderování má pořad Rudy z Ostravy velký úspěch. Lidé ho mají rádi, avšak není pravda, že je tento pořad určen pubertální posluchačům, naopak. O tom, jestli se Ruda z Ostravy polepší, musí rozhodnout ředitel Frekvence 1.

Vulgarismy objevující se v pořadu Rudy z Ostravy

„...a tato, kurde, až mě tu pustí, jo, já přijedu na tu zahradu, ja ti říkam, ja ti tam helfnu, jo, to bude taka teraska kurde, že se všeci z toho sousedi závistí poserou!“

„...Franto, já už sem to třikrát na poradě říkal, jestli mi eště budou psát take těžké otázky, že tu někomu normálně rozbiju držku a zase, rozumíš, pondělí, nový tyden, svině!“

„...já sem byl na takovým Vrabčákovi 2011 v Moravském Krumlově a neuvěříte, ty svině, normálně ty svině mě hodili kurde do rybníka aj s mobilem“

37

³⁷ KOIŠ, J., www.radiotv.cz : *Frekvence 1 by zasloužila pokutu za vulgarismy a urážky posluchačů* [online]. 2011 [cit. 2012-02-20] RADIOTV. Dostupné z WWW: <http://www.radiotv.cz/p_radio/frekvence-1-by-zaslouzila-pokutu-za-vulgarismy-a-urazky-posluchacu/>.

9. PŘÍKLADY MEDIÁLNĚ ZNÝMÝCH OSOBNOSTÍ

Na naší české mediální scéně se vulgarismy objevují čím dál tím častěji. Potvrzují to i média, ve kterých je denně k vidění několik vulgárních článků či reportáží. Vulgární chování a vyjadřování je k vidění spíše u mladších ročníků. Lze uvést několik příkladů.

9. 1 Agáta Hanychová

- známá především jako modelka, moderátorka a herečka
- v roce 2007 odstartovala její kariéru hlavní rolí ve filmu Cash Road
- v současnosti spolupracuje s Evropou 2, Top Star Magazínem a účastní se modelingových akcí
- vyznačuje se ostrým vulgárním slovníkem a vystupováním
- ráda na veřejnosti předvádí své nahé tělo a ráda mluví o druhých bez servítků

9. 2 Rytmus

- vlastním jménem Patrik Vrbovský
- známý především jako rapper, zpěvák, ale také producent a textař
- na mediální scéně je od roku 1992, kdy začal zpívat se skupinou Kontrafakt
- vulgarita se objevuje především v textech jeho písní, ale velice ostrý slovník používá i ve svém vyjadřování na veřejnosti
- v současnosti je jedním z „kaučů“ show Hlas Česko Slovenska

38

³⁸ Wwww.osobnosti.cz : *Vyhledávání slavných osobností* [online]. 2002. OSOBNOSTI. Dostupné z WWW: <<http://www.osobnosti.cz/>>.

9. 3 Skupina Nightwork

- členové skupiny jsou Vojtěch Dyk, Jakub Prachař, Jan Maxián a Ondřej Sluka
- jako skupina působí od roku 2007, kdy vydala své první debutové album Respekt Maja
- v současnosti je to nejoblíbenější česká skupina
- jejich texty a videoklipy jsou z velké části vulgární a nemravné, což se určité sortě lidí nelíbí

9. 4 Miroslav Kalousek

- jeden z nejznámějších politiků u nás
- v současné době je poslancem Top 09
- jeho volební kraj: Jihočeský
- zabývá se hlavně otázkami hospodářské politiky státu a ekonomiky obran státu
- jeho vulgární vyjadřování dosti často působí na širokou veřejnost záporným dojmem
- velice často se na titulcích novin a časopisů objevuje jeho jméno spojené s nějakým skandálem

9. 5 Pavel Novotný

- na české scéně známý jako moderátor, bavič, provokatér a širokou veřejností označován jako „protekční spratek“
- v současnosti působí jako redaktor v nejmenovaných listech a moderuje různé večírky
- rád na sebe upozorňuje svým vulgárním slovníkem a chováním

39

³⁹ Www.osobnosti.cz : *Vyhledávání slavných osobností* [online]. 2002. OSOBNOSTI. Dostupné z WWW: <<http://www.osobnosti.cz/>>.

III. Praktická část

10. STRUKTUROVANÝ ROZHOVOR

Ke zjištění stanovených hypotéz je zvolena metoda strukturovaného rozhovoru. Rozhovor je získávání daných informací pomocí verbálního vyjadřování na dané otázky. Tato metoda byla zvolena z toho důvodu, jelikož budou odpovědi dotazovaných nápomocné při zjišťování a vyhodnocování již stanovených cílů práce.

Rozhovor bude zaměřený především na vulgaritu jako problematiku současné společnosti a její vývoj po roce 1989. Pro zodpovězení otázek a odborný nadhled pro danou problematiku byli pověřeni dva psychologové a jedna produkční z ČT. Jedná se tedy o Prof. PhDr. Miroslava Kosýma CSc., který působí na Univerzitě Jana Amose Komenského, dále o PhDr. Jana Šťastného a o Ivanu Jaroschy. Při dotazování byly použity otevřené otázky z toho důvodu, jelikož je důležité získat názory odborníků a zjistit, zda se budou ztotožňovat s předem danou teorií.

10. 1 Použité otázky

- 1) Jak vulgarita ovlivňuje naši společnost?
- 2) Jaký vývoj měla vulgarita od 1989 po současnost?
- 3) Co si myslíte o následujícím tvrzení: „Celebrity jsou vulgární především za účelem zviditelnění se a zisku peněz.“
- 4) Myslíte si, že problém s vulgaritou v současnosti narůstá?

10. 2 Průběh dotazování

Jak již zde bylo zmíněno, odpovědi na dané otázky byly získány pomocí rozhovoru. Vzhledem k časové tísní dotazovaných bylo nutno rozhovor provést prostřednictvím emailu.

Nejdříve bylo zapotřebí pečlivě si promyslet, s kým rozhovor provést. Jedním z kritérií bylo, aby byl rozhovor a následné odpovědi jednotlivých respondentů z jiného odvětví. To znamená, aby každý z odborníků se specializoval na něco jiného. Po té bylo zapotřebí vypracovat otázky, které byly zvoleny tak, aby poskytly jednoznačné a potřebné odpovědi k zodpovězení stanovených hypotéz.

Před poskytnutím otázek následoval úvod v podobě představení tazatele, čili celé jméno, obor studií na vysoké škole, co od dotazovaného bude požadováno. Dále trochu přiblížit danou práci, téma a představu o rozhovoru. Na základě souhlasu respondenta se mohlo pokračovat v rozhovoru.

10. 3 Vyhodnocení rozhovoru

Celkově byl rozhovor situován k potvrzení již stanovených hypotéz. Cílem bylo stanovit otázky tak, aby odpovědi respondentů korespondovaly s danými hypotézami. Vzhledem k tomu, že mezi dotazovanými byli dva psychologové a jedna produkční z České televize, bylo vidět, že oba psychologové měli podobné názory, kdežto produkční přinášela zcela odlišný náhled na danou problematiku.

Ve své podstatě odpověděli všichni tři zcela odlišně, avšak na většinu otázek odpověděli tak, jak se očekávalo, a došlo k potvrzení stanovených hypotéz. Na první otázku, jak vulgarita ovlivňuje společnost, byly odpovědi ve stejném duchu. Výsledek první otázky byl takový, že se všichni shodli na tom, že vulgarita ovlivňuje naši společnost, spíše negativně. Ve druhé otázce zaznělo, jak se vulgarita vyvíjela po roce 1989. Výsledné odpovědi byly shodné. Bylo potvrzeno, že vulgarita byla dříve i nyní, akorát se v dnešní době vyskytuje ve velké míře a je atraktivnější pro média. Na třetí otázku, co si myslí o tvrzení, že jsou celebrity vulgární především za účelem zviditelnění se a získání peněz se dostalo dvou potvrzených odpovědí (od psychologů) a jedna, která nekorespondovala s hypotézou (od produkční). Čtvrtá otázka byla pojata v širším slova smyslu, tudíž odpovědi byly naprosto odlišné. Co odpověď, to jiný názor. Poslední otázka měla ukázat, zda problém s vulgaritou v současnosti narůstá. Ve dvou případech bylo prokázáno, že ano, narůstá. Opětovně produkční ČT zcela nekorespondovala s ostatními. Výsledek tohoto rozhovoru je takový, že celkový počet z pěti stanovených hypotéz, byly potvrzeny čtyři.

ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo zaměřit se na vulgaritu v širším slova smyslu. To znamená, jaký vývoj zaznamenala od roku 1989 po současnost, jak vulgarita ovlivňuje širokou veřejnost a hlavně děti a mládež. Dále vysvětlit, proč jsou vlastně celebrity vulgární a především uvědomit si, proč je vulgarita v dnešní době oblíbeným fenoménem.

V průběhu vypracovávání této práce se potvrdilo, že vulgarita se v Čechách a českých médiích vyskytovala vždy. Po roce 1989, s uvolněním mediálního světa, došlo k nárůstu výskytu vulgarity a její míry. Uvedené příklady z různých typů médií ukazují, jak známé osobnosti – celebrity, vystupují na veřejnosti, z jakého důvodu se takto chovají a jaké jsou následky jejich vystupování. K potvrzení či vyvrácení předložených hypotéz o tom, že vulgarita ovlivňuje českou společnost, zvláště pak děti a mládež, kteří více sledují bulvární média a televizní pořady, a že české celebrity využívají vulgárnost hlavně k zviditelnění sebe sama na mediální scéně, posloužily především rozhovory s odborníky. Z nich vyplývá, že tyto domněnky jsou až na pár výjimek pravdivé, a že společnost prochází vývojem, který s sebou nese i vývoj médií, růst počtu známých osobností, tzv. celebrit, a jejich prezentace v mediálním světě.

Vzhledem k nedostatku odborné literatury k danému tématu jsem se snažila přinést osobní náhled na danou problematiku. Tuto práci jsem si rozvrhla do tří částí, teoretické, analytické a praktické. Do každé části jsem zařadila potřebné informace tak, aby mi dostatečně posloužily ke zjištění mých stanových hypotéz. Celkově jsem tedy dospěla k názoru, že problém s vulgaritou byl, je a bude, nejenom u celebrit.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

HELBIG, GERHARD: *Vývoj jazykovědy po roce 1970*. Praha : Academia, 1991. ISBN: 80-200-0312-6

HIERHOLD, EMIL: *Rétorika a prezentace*. Praha : EKON, 2005. ISBN: 80-247-07829

JIRÁK JAN A KOPPLOVÁ BARBARA: *Média a společnost*. Praha : Portál, 2007. ISBN: 80-7367-287-1

KLUGEROVÁ J., ŠIFFEROVÁ O., VACÍNOVÁ T.: *Jak vypracovat bakalářskou, diplomovou, rigorózní a disertační práci*. 1. vydání. Praha : Universita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN: 978-80-86723-61-7

KRAUS, JIŘÍ: *Rétorika a řečová kultura*. Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2004. ISBN: 80-246-0898-7

MARYNČÁK RICHARD: *Čítanka o lidech zlostných, sprostých, nadávajících a jiných*. Praha : Levné knihy, 2008. ISBN: 80-238-9576-1

MARYNČÁK RICHARD: *Stručné dějiny nadávek a sprostých slov*. Praha : Levné knihy, a. s., 2010. ISBN: 978-807309-496-6

MCQUAIL, DENIS: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. ISBN: 80-7178-714-0

MORAVEC MARTIN A WILKOVÁ SCARLETT: *Celebrity 2008*. Praha : Egmont ČR, s. r. o., 2007. ISBN: 978-80-252-0755-0

NAKLADATELSTVÍ PLOT: *Sedmijazyčný slovník vulgarizmů*. Praha : Těšínské papírny, s. r. o., 2009. ISBN: 978-80-7428-021-4

OBRÁTIL, K. J.: *Kryptadia, Příspěvky ke studiu pohlavního života našeho lidu III*. Praha a Litomyšl : Ladislav Horáček-Paseka, 1999. ISBN: 80-7185-224-9

SEZNAM POUŽITÝCH ELEKTRONICKÝCH ZDROJŮ

DOČEKAL, D., www.pooh.cz : *Nejvíce a nejméně používaná česká sprostá slova* [online]. 2011 [cit. 2012-01-13]. POOH.CZ. Dostupné z WWW: <<http://www.pooh.cz/IT/a.asp?a=2016808>>

[Www.osobnosti.cz](http://www.osobnosti.cz) : *Vyhledávání slavných osobností* [online]. 2002. OSOBNOSTI. Dostupné z WWW: <<http://www.osobnosti.cz/>>.

JAROŠ, P., www.jaros.in : *Nejlepší hlášky Zdeňka Pohlreicha (Ano šéfe!)* [online]. 2007 [cit. 2012-01-15]. Sektor PJ. Dostupné z WWW: <<http://www.jaros.in/item/nejlepsi-hlasky-zdenka-pohlreicha-ano-sefe#wrapper>>.

[Www.youtube.com](http://www.youtube.com) : *Opilý Leoš Mareš ve vysílání Ranní show Evropy 2* [online]. 2011. Youtube.com. Dostupné z WWW: <<http://www.youtube.com/watch?v=1rGDEOuGPIY>>.

POTŮČEK, J., www.digizone.cz : *Seriál Terapie je vulgární, RRTV kvůli němu hrozí HBO sankcemi* [online]. 2011 [cit. 2012-01-25] DigiZone.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/serial-terapie-je-vulgarni-rrtv-hrozi-hbo-sankcemi/>>.

JANDA, J., www.mediafax.cz : *RRTV udělila televizi Prima tři miliony korun* [online]. Poslední aktualizace 11. 03. 2012 [cit. 2012-02-13] MEDIAFAX.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.mediafax.cz/kultura/3060016-RRTV-udelila-televizi-Prima-pokutu-tri-miliony-korun>>.

BÍLEK, J., www.rudazostravy.cz : *Ruda z Ostravy* [online]. 2010. Ruda z Ostravy.cz. Dostupné z WWW: <<http://rudazostravy.cz/neco-o-me/>>.

KOIŠ, J., www.radiotv.cz : *Frekvence 1 by zasloužila pokutu za vulgarismy a urážky posluchačů* [online]. 2011 [cit. 2012-02-20] RADIOTV. Dostupné z WWW: <http://www.radiotv.cz/p_radio/frekvence-1-by-zaslouzila-pokutu-za-vulgarismy-a-urazky-posluchacu/>.

TESAŘ, M., www.hudba.proglas.cz : *Vulgární slova v textech písní (výsledek ankety)* [online]. 2010 [cit. 2011-012-25] HUDBA PROGLAS. Dostupné z WWW: <<http://hudba.proglas.cz/detail-clanku/vulgarni-slova-v-textech-pisni-vysledek-ankety.html>>.

[Www.press-servis.ecn.cz](http://www.press-servis.ecn.cz) : *Jak fungují média* [online]. 2000. PRESS SERVIS. Dostupné z WWW: <<http://press-servis.ecn.cz/manual/jak-funguji-media/>>.

[Www.rrtv.cz](http://www.rrtv.cz) : *Zákony ČR* [online]. Poslední aktualizace 19. 1. 2012. RRTV. Dostupné z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/tuzemske-pravni-predpisy.htm>>.

PETERA, M., www.radiotv.cz : *Analýza týdenní poslechovosti* [online]. 2011. RADIOTV. Dostupné z WWW: <http://www.radiotv.cz/p_radio/radioprojekt-i-ii-q-2011-mms-upevnuje-pozici-na-trhu-beat-skocil-vyrazneji-kupredu/>.

HOPPNER, O., www.hoppner.blog.cz : *Náklady deníku prosinec 2011* [online]. 2012. HOPPNER MEDIA.BLOG. Dostupné z WWW: <<http://hoppner.blog.cz/1202/naklady-deniku-prosinec-2011>>.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Fotografie.....	I
Příloha B – Kompletní rozhovor.....	IV
Příloha C – Graf sledovanosti.....	VII

Příloha A - Fotografie

Obr. č. 1 Vztyčený prostředník v politice



Zdroj: <http://linkuj.cz/?id=show&viewnr=4&typ=0&par=109364>

Obr. č. 2 graf na téma: Vadí vám vulgárnost v textech písní?



Zdroj: <http://hudba.proglas.cz/detail-clanku/vulgarni-slova-v-textech-pisni-vysledek-ankety.html>

Obr. č. 3 **Zdeněk Pohlreich**



Zdroj: <http://polreich.vyjimecny.cz/o-zdenku-polreichovi/>

Obr. č. 4 **Lady Gaga a její vulgární výstřednost**



Zdroj: <http://www.periscope-the-magazine.com/lady-gaga-pics/>

Obr. č. 9 Vít Bárta a jeho vztyčený prostředníček v Poslanecké sněmovně



Zdroj: www.parlamentnilisty.cz

Obr. č. 10 Seriál Terapie



Zdroj: <http://terapie.hbo.cz/>

Příloha B – Rozhovor

a) PhDr. Jan Veselý

1) Jak vulgarita ovlivňuje společnost?

Negativně

2) Jaký vývoj zaznamenala vulgarita od roku 89 po současnost?

Nemyslím si, že bychom byli více vulgární než naši předkové.

Menší cenzurou sdělovacích prostředků, a především tím, že společnost je k vulgaritě více tolerantní, je častěji vidět, slyšet, je více zřejmá, častěji projevovaná, více veřejně prezentovaná.

3) Co si myslíte o následujícím tvrzení: "Celebrity jsou vulgární především proto, aby na sebe upoutaly pozornost"

Ne všechny celebrity jsou ve svých veřejných projevech vulgární.

Vulgární veřejně jsou více ty osobnosti, které ji mají jako součást projevu obecně.

Osobnosti, které nemají přirozenou autoritu, si ji opatřují například zviditelněním sebe způsobem, který je často nevhodný, ale jim dostupný, který ovládají. Bude-li pro ně tímto prostředkem vulgarita, pak ji použijí.

4) Která celebrita z TV je podle vás nejvulgárnější?

Nevím.

5) Myslíte si, že problém s vulgaritou v současnosti narůstá?

Vulgarita jako projev osobnosti byla, je a bude v různých variantách a niancích do určité míry součástí projevu každého z nás.

V současnosti je více zřetelná, častěji veřejně prezentovaná a je společností více tolerovaná.

b) Ivana Jaroschy

1) Jak vulgarita ovlivňuje společnost?

Vulgarita společnost ovlivňuje. Dá se podle toho poznat kultivovanost člověka. Není však dané, že slušně mluvící člověk je opravdu slušný a vulgární člověk je gauner. Je to výrazový prostředek a především u mládeže se to nedá kategorizovat. Mladí se snaží za každou cenu rovnat dospělým a dělají to po svém - vulgaritou, kouřením, pitím alkoholu nebo užíváním drog nebo čímkoliv zakázaným.

Dospělý člověk už by měl mít schopnost posoudit, že slušným chováním se dostává do skupiny lidí, kteří jsou nad věcí a nepletou do hovorů či sporů emotivní postoje.

Vulgarita se dá přisuzovat nižším sociálním vrstvám, ale v celkové společnosti tomu bývá často i jinak.

Z obecného hlediska, by se dalo na vulgaritu nahlížet jako na negativní projev a společnost, kde se vyskytuje příliš vulgarity, je v tomto smyslu společností nerozvinutou. V širším kontextu je ovšem důležité si uvědomit, že přílišná snaha o jazykovou kultivaci, může vytvářet nesvobodné prostředí a přílišná omezení mohou vytvářet cenzorské tlaky.

2) Jaký vývoj zaznamenala vulgarita od roku 89 po současnost?

Myslím, že vulgarita od roku 1989 nijak nestoupala. Jen se častěji objevuje v televizích či filmech a není už tabu ve výrazových prostředcích filmového ztvárnění situací v sociálních vrstvách.

3) Co si myslíte o následujícím tvrzení: "Celebrity jsou vulgární především proto, aby na sebe upoutaly pozornost"

Neztotožňuji se s tímto tvrzením. Spíš si myslím, že jakákoliv vulgarita, byť i přirozená, se u celebrit příliš medializuje.

4) Která celebrita z TV je podle vás nejvulgárnější?

Jiřina Bohdalová

5) Myslíte si, že problém s vulgaritou v současnosti narůstá?

Nemyslím si, že by byla vulgarita společenským problémem. Jen se uvolňují výrazové prostředky. Společenským problémem je spíš nedodržování pravidel ve všech ostatních oblastech lidského soužití.

Prof. PhDr. Miloslav Kodým CSc.

1) Jak vulgarita ovlivňuje společnost?

Vulgarita je jedním z projevů mezilidských vztahů, v tomto případě vztahů negativních, jejichž obsahem je neúcta k jiným, netaktnost, přehlížení, podceňování, hrubost, surovost, arogance apod. Projevuje se v komunikaci - verbální i neverbální a také v jednání, v činech orientovaných na lidi i na subhumánní bytosti, dokonce i na věci. V takových podmínkách se slušným lidem špatně žije. Jestliže je vulgarita v rámci společnosti rozšířena, je taková společnost nesnesitelná.

2) Jaký vývoj zaznamenala vulgarita od roku 89 po současnost?

Podle mého názoru vulgarita byla dříve i nyní. Je však dost podstatný rozdíl v její kvalitě i kvantitě. Bohužel, ten rozdíl je málo příznivý pro vývoj v posledních dvaceti letech. Je to i rub špatně chápané demokracie - současní lidé jsou velice vynalézaví v tom, jak dosáhnout svých amoorálních cílů, za každou cenu, i za cenu vulgarity, která se nestíhá.

3) Co si myslíte o následujícím tvrzení: "Celebrity jsou vulgární především proto, aby na sebe upoutaly pozornost"

Jde o to, co a kdo je "celebrita". Dnes celebrity dělají media, méně výkony, zásluhy. Vaše tvrzení platí pro pseudocelibrity. Skutečná celebrita není vulgární, nepotřebuje to.

4) Která celebrita z TV je podle vás nejvulgárnější?

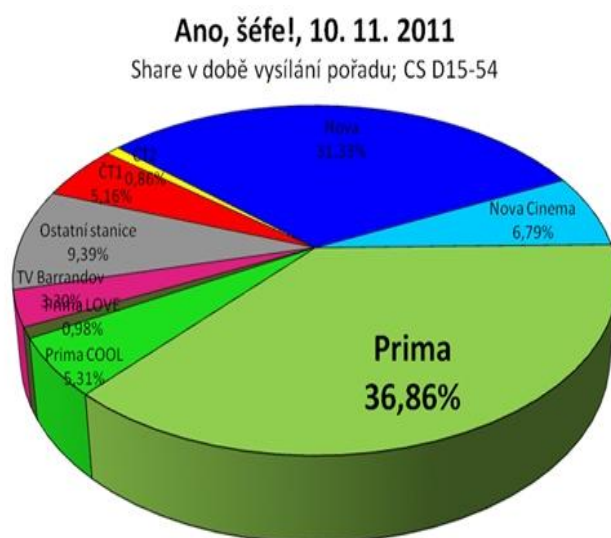
Asi Hanychová?

5) Myslíte si, že problém s vulgaritou v současnosti narůstá?

Samozřejmě. Souvisí to s uvolněností lidí, s podporou medií i samotných politiků, kteří by měli být (a nejsou) vzorem, příkladem slušného jednání.

Příloha C – Graf sledovanosti

Graf č. 1 Sledovanost pořadu „Ano šéfe!“ ze dne 10. 11. 2011



Zdroj: <http://medialnisvet.blog.cz/1111/nejsledovanejsi-rada-ano-sefe-konci>

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Ludmila Mendlová

Obor: sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Vulgárnost veřejných projevů celebrit v médiích

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 43

Celkový počet stran příloh: 7

Počet titulů české literatury a pramenů: 11

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 13

Vedoucí práce: Mgr. Pavel Verner