

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

INSTITUT KOMUNIKAČNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY



TALK SHOW UVOLNĚTE SE, PROSÍM A JEJÍ POLITIČTÍ HOSTÉ
(KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ ANALÝZA ÚČASTI POLITIKŮ
V POŘADU)

DIPLOMOVÁ PRÁCE

PRAHA 2011

Diplomant: Ivana Svobodová

Obor: Mediální a komunikační studia

Vedoucí práce: PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Bibliografický záznam:

SVOBODOVÁ, Ivana. *Talk show Uvolněte se, prosím a její političní hosté (kvalitativní a kvantitativní analýza účasti politiků v pořadu)*. Praha : Karlova univerzita, Fakulta sociálních ved, Katedra mediálních studií, 2011. 86 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, PhD.

Anotace

Diplomová práce Talk show Uvolněte se, prosím a její političní hosté pojednává o tématu sblížení politiky a zábavy, potažmo politiky a médií jako takových. Teoretická část práce se zabývá širšími souvislostmi této problematiky – věnuje se zobrazování politiků v televizi a spojení politiky a humoru a s ohledem na název práce se obsáhle zabývá i rolí talk shows v politické komunikaci. Teoretická část také představuje téma politických celebrit jako jednoho z prvků, které ovlivňují komunikaci politiků s občany.

Praktická část práce se věnuje kvalitativní a kvantitativní analýze účasti politických hostů v české verzi amerických talk shows *Uvolněte se, prosím*. Kvantitativní analýza zkoumá například to, která politická strana byla v pořadu nejčastěji zastoupena, zda během rozhovorů byla zastoupena více osobní nebo politická témata a která témata byla probírána nejčastěji. Kvalitativní analýza zkoumá průběh vystoupení politických hostů a to, jak byli hosté prezentováni.

Klíčová slova:

Talk show, uvolněte se, politické celebrity, obsahová analýza, politika, politici

Annotation:

Diploma thesis “Talk show Uvolněte se, prosím and its political guests (qualitative and quantitative analysis of politicians’ attendance in the show)” deals with the topic of convergence of entertainment and politics, hence politics and the media as such. The theoretical part of the thesis deals with the wider context of the issue – presentation of the politicians on television, interconnection of politics and humor, and the role of talk shows in political communication. The theoretical part presents the issue of political celebrities as one of the factors that affect communication between the politicians and the citizens.

The practical part deals with the qualitative and quantitative analysis of the political guests' performance in the czech version of American talk shows Uvolněte se, prosím.

Keywords:

Talk show, celebrity politician, content analysis, politics, politicians

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla všechny použité prameny a literaturu. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

Rozsah práce: 167 517 znaků včetně mezer.

Praha, leden 2011

.....

Ivana Svobodová

Poděkování

Velké díky patří vedoucí diplomové práce Ireně Reifové za fundovanou pomoc a podporu při tvorbě této práce. Za podporu a užitečné rady děkuji i své rodině.

Obsah

1. Úvod.....	11
2. Sbližování médií a politiky a zrod politických celebrit.....	14
2.1 Televize, humor a zobrazování politiků.....	15
2.1.1 Politici a humor.....	18
2.2. Late night show a jejich role v politickém procesu.....	20
2.2.1 <i>The Daily Show with John Stewart</i>	25
2.2.1.1 Poskytuje <i>The Daily Show</i> více informací než zpravodajství?.....	27
2.3. Sbližování politického a kulturního života.....	29
2.3.1 Televize: zlo, nebo obětní beránek?.....	30
2.3.2 Politická celebrita (osobní a politické).....	32
2.3.3. Politika rozptylování.....	36
2.3.4 Spojení mezi fanouškovstvím a občanstvím.....	38
2.3.5 Osobnosti populární kultury coby politické celebrity.....	39
2.3.6 Na obranu politických celebrit.....	41
3. Představení pořadu <i>Uvolněte se, prosím</i>	43
3.1 Role moderátora.....	43
3.2 Struktura pořadu.....	44
3.3 Přesun na TV Prima.....	44
4. Metodologie.....	45
4.1. Kvalitativní výzkum.....	45
4.1.1 Složky kvalitativního výzkumu.....	45
4.1.2 Výzkumná otázka.....	46
4.1.3 Vlastnosti badatele.....	46
4.1.4 Metody kvalitativní analýzy.....	46
4.1.5 Zakotvená teorie.....	48
4.2 Kvantitativní výzkum.....	49
5. Výsledky kvantitativní analýzy.....	51
5.1 Shrnutí.....	55
6. Výsledky kvalitativní analýzy.....	56
6.1 Politická osvěta.....	56
6.1.1 Historky z politiky.....	56

6.1.2 Vysvětlování politických témat.....	57
6.1.3 Tribuna politických názorů	59
6.1.4 Politické vizitky.....	61
6.2 Politik: bavič a jeden z nás	63
6.3 Hodnocení politických aktérů	66
6.4 Moderátor, nebo komentátor?	67
6.5. Presentace politika	69
6.5.1 Mudrc	69
6.5.2 Podivín	70
6.5.3 Kamarád	70
6.5.4 Vyvrhel.....	71
6.5.5 Politický matador	71
6.5.6 Nadějný nováček	72
7. Závěr.....	74
8. Summary	77
Seznam literatury.....	78
Seznam elektronických zdrojů	81
Přílohy:	
Seznam kódovaných vystoupení	82
Kódovací kniha	84

1. Úvod

Tato diplomová práce se zabývá pořady typu talk shows, jejich spojením s politikou a jejich vlivem na politiku. Propojení světa politiky a zábavy není nové, ale v posledních letech nabývá na důležitosti, protože občané v dnešní době stále častěji hledají cestu k informačním zkratkám. Z politiků se stávají politické celebrity a stále větší roli hraje jejich osobnost, ne politická témata, kterými se zabývají. V rostoucím poli zábavných textů a obrazů, nabízí individuální vystoupení politika jednodušší přístup k informacím, které lidé potřebují ke svým politickým rozhodnutím.¹

Média se pro většinu občanů stala hlavním zdrojem informací o politice – prostorem, kde se politika odehrává. Média nám poskytují informace a politických problémech, ideách, událostech nebo hráčkách a také tvoří jakési mentální mapy o politickém a sociálním světě mimo naši přímou zkušenost. Pomáhají příjemcům v organizování informací, jejich interpretaci, vysvětlování, porozumění a rozhodování o smyslu věcí.²

S touto potřebou se diváci nejprve obracejí na televizní zprávy, ale ty ji naplňují jen z části, protože nenabízejí uzavřená řešení. Obecenstvo se pak často obrací na talk shows, protože ty nabízejí větší potenciál pro vyprávění příběhu, který je na pochopení jednodušší než zpravodajství, které mnohdy nedává smysl politickým výrokům a šarvátkám.

Dalším důvodem, proč mnoho diváků považuje za důležitý zdroj informací o politice právě talk shows, je to, že politici tu mluví mnohem déle, než je jim dovoleno v běžných zpravodajských a dokumentárních programech. Tento typ pořadu také nabízí vícerozměrný obraz politických osobností – politici tu musejí prezentovat jak své politické kvality, tak určité informace ze svého osobního života, a musejí s publikem komunikovat na sdílné úrovni.³ Především ve Spojených státech amerických se tyto pořady řadí k velmi oblíbeným televizním produktům. Jedná se o především pořady Jaye LENA (*The Tonight Show*), Conana O'Briena (dříve *Late Night*, dnes *Conan*) a Davida Lettermana (*Late Show*).

V českém mediálním prostředí je, respektive byla alternativou těchto pořadů talk show Jana Krause *Uvolněte se, prosím*. V době přípravy této práce byl pořad etablovanou součástí pátečního programu České televize. Od září 2010 se ale moderátor Jan Kraus přesunul na obrazovku televize Prima, kde se vysílá takřka identický pořad *Show Jana Krause*. Ať už se jedná o *Uvolněte se, prosím* nebo *Show Jana Krause*, u obou pořadů je zřejmé, že se tvůrci

¹ IYENGAR, S., MCGUIRE, W. *Exploration in political psychology*.

² JONES, J.P. *Entertaining politics: new political television and civic culture*, s. 17.

³ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*.

nechali inspirovat původními americkými talk shows. Velmi podobná je výprava (masivní stůl, za kterým sedí moderátor, červená pohovka pro hosty, silueta nočního města v pozadí, mobilní televizní obrazovka, doprovodná kapela), výběr hostů i scénář pořadu. V českém mediálním prostředí je Krausův pořad jedinou talk show, která má pro politiky výsadní postavení, podobné tomu, jaké mají v USA Lettermanovy či Lenovy pořady.

Jan Kraus je v českých médiích označován za tvrdého a vlivného moderátora, který dovede své hosty zesměšnit⁴. Politici mají z jeho pořadu respekt, příkladem může být poslankyně za Věci veřejné Kristýna Kočí, která v souvislosti se svým vystoupením na svém facebookovém profilu vyslovila obavu, aby její vystoupení nepůsobilo jako "Biomasa II".⁵ Narážela tak na neúspěšné vystoupení někdejší místopředsedkyně Strany zelených Kateřiny Jacques (toto vystoupení je dále rozebráno v teoretické části práce).

Pověsti *Uvolněte se, prosím* jako pořadu, který může ovlivnit image politických hostů, ale nemusí odpovídat počet politiků, kteří v jeho pořadu vystoupili během pěti let vysílání, které jsme zkoumali. Vystoupilo v něm celkem čtyřiapadesát politických hostů. Pro úplnost je třeba dodat, že politických témat se Krausův pořad nedotýkal jen během vystoupení politických hostů. O politice Kraus hovořívá i v úvodním monologu k divákům a zmiňuje ji i osobnosti nepolitického charakteru. S ohledem na název práce jsme se ale při analýze zaměřili pouze na vystoupení politických hostů.

Problémem při tvorbě této diplomové práce byl nedostatek odborné literatury v českém jazyce. Nápomocná tedy byla především literatura psaná v angličtině, například *Entertaining politics: new political television and civic culture* Jeffreyho Jonese, *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke* Russella L. Petersona nebo *Entertaining the citizen: when politics and popular culture converge* Liesbeth van Zoonen. Zejména teoretická část práce by mohla pomoci budoucím studentům nahlédnout do širokého tématu, které představuje spojení politiky, zábavy a televize, které dosud není v češtině dostatečně pokryto.

Teoretická část práce se zabývá mimo jiné sblížením politiky a médií, speciální pozornost byla věnována spojení politiky a humoru a roli talk shows v politickém procesu. V teoretické části práce je rovněž popsán proces zrodu politických celebrit, protože toto téma je pro tuto diplomovou práci klíčové. Při popisu těchto témat, na které je možno nahlížet

⁴ Například v článcích přístupných na www adresách <http://hn.ihned.cz/c1-33558860-jan-kraus-nekdy-me-napadaji-hruzy> nebo <http://www.sedmicka.cz/hodonin-breclav/clanek?id=136820>.

⁵ Článek přístupný na www adrese <http://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/182690.aspx>.

z různých úhlů pohledu, se tato práce pokusila nastínit argumenty pro a proti – zda je například fenomén politických celebrit pro politickou komunikaci přínosem či nikoli.

Ve třetí kapitole je představen pořad *Uvolněte se, prosím* včetně nastínění role moderátora, struktury pořadu a jeho podobnosti s americkými vzory. Čtvrtá kapitola představuje metodologii použitou ke kvantitativní a kvalitativní analýze vybraných částí pořadu *Uvolněte se, prosím*.

Pátá a šestá kapitola jsou pak věnovány výsledkům obou druhů analýz. Kvantitativní analýza zkoumá například to, jaká politická strana byla v pořadu nejvíce zastoupena, zda se moderátor s politickými hosty bavil více o politických nebo osobních tématech, jaká témata byla v pořadu nejvíce zastoupena nebo zda moderátor hosty slovně hodnotil. Kvalitativní analýza se dívá na vystoupení politických hostů v pořadu ze dvou úhlů pohledu: na průběh rozhovoru (či vystoupení – někteří hosté totiž v pořadu nejen hovořili s moderátorem) a na to, jak byl host v pořadu prezentován.

2. Sbližování médií a politiky a zrod politických celebrit

Následující kapitola se zabývá tématem vztahu médií a politiky. Nejdříve je však třeba krátce nastínit, jaký politický vliv média mohou mít. Média totiž poskytují příjemcům obraz politických událostí a témat a tento obraz pomáhá pochopit, jak politika v dané společnosti funguje. Umožňují také vybírat z celého balíku nabízených politických řešení.

Politický význam médií se uznává od konce 19. století, období rozvoje gramotnosti a nástupu masám určeného tisku. Význam médií jako politických aktérů významně vzrostl a média se v jistém smyslu stala významnou součástí politického procesu.⁶ Jedním z procesů, který tomu napomáhal, byl vznik výrazné masovosti médií, tedy zvýšení míry, v níž masová média vnikají do běžného života lidí. To vedlo k tomu, že společnost se na masová média spoléhá více než kdykoliv předtím (v očích veřejnosti se zvýšila důvěryhodnost médií).

Politickým vlivem médií se zabývá řada teorií, které si často protiřečí. Za nejdůležitější můžeme označit pluralitní model médií, model dominantní ideologie, tržní model a model vycházející z hodnot elit.

Pluralitní model nabízí obraz médií jako určitého prostoru či trhu, kde se střetávají ideologické postoje a názory a kde se o nich diskutuje. Tento model sice nezpochybňuje vliv médií v politické oblasti, říká ovšem, že média pouze odrážejí celkové rozložení politických sil ve státě. Teorie zdůrazňuje pozitivní roli médií, zejména snahu o co nejinformovanější obyvatelstvo.

Model dominantní teorie vidí média jako konzervativní subjekty spjaté se zájmy určitých ekonomických a společenských elit. Média v tomto modelu napomáhají vytvářet prostředí poslušnosti nebo politické pasivity v médiích. Marxistický přístup nahlíží na média podobně – jako na klasické průmyslové odvětví, které má sklon dostávat se do monopolního postavení, média jsou zde navíc organizována tak, aby sloužila zájmům vládnoucí třídy. Média podle Marxe pracují ideologicky tak, že rozšiřují ideje a světový názor vládnoucí třídy a nedávají prostor alternativám.⁷ Je to právě soukromé vlastnictví, které v této teorii určuje šířené politické názory. Navíc stále dochází k jeho soustředění do rukou úzké skupiny hráčů na mediálním trhu.

Model hodnot elit rovněž pracuje s představou určité předpojatosti. Mediální pracovníci zde mají velkou nezávislost, pouze s vytyčenou politickou linií od svých nadřízených a vlastníků. Zmíněná předpojatost se ale projevuje tím, že se v médiích odrážejí

⁶ HEYWOOD, A. *Politologie*, s. 225.

⁷ MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*, s. 99.

hodnoty skupin, které jsou mezi výše postavenými zaměstnanci zastoupeny početněji, než by odpovídalo jejich reálné síle.

Posledním zmíněným modelem je tržní model masových médií. Již z názvu teorie vyplývá hlavní cíl médií: vytváření zisku. Tržní model předpokládá, že média názory veřejnosti spíše odrážejí, než vytvářejí. Vyjadřované ideje a názory média přizpůsobují tomu, co lze očekávat jako široce akceptovatelné – to vše za účelem podbírání se publiku a větších zisků.

2.1 Televize, humor a zobrazování politiků

Vztah médií a politiky zaznamenal v druhé polovině 20. století zásadní kvalitativní proměnu. Dvě fakta o spojení médií a politiky jsou jasná: vliv televize je stále silnější a znaky životnosti demokracie – znalosti o politice, vztahy mezi politickými stranami, dobrovolný aktivismus, důvěra v politické vůdce – jsou v úpadku. Peter Dahlgren v textu *Media, Citizenship and Civic Culture* nabídl stručné, ale poučné shrnutí politického chování občanů, když popsal to, co někteří vědci nazvali „postmoderní politika“. Tato politická kultura se vyznačuje snižujícími se vazbami a věrností občanů k tradičním institucím (jako jsou politické strany nebo občanská sdružení) a příklonem k hnutím, která se zabývají každodenními problémy. Tato hnutí mohou být spojována s novými sociálními trendy (environmentalismus, etické zacházení se zvířaty aj.) nebo s tzv. politikou identity („identity politics“), která se zabývá např. rasou, sexualitou nebo genderem – obecně ale s hnutími, která umožňují více vyjádřit individualitu.⁸

Je ale otázkou, zda jsou tyto dvě věci spojeny – zda je televize zodpovědná za tuto „malátnost“ občanů.⁹ Mnozí odborníci prosazují myšlenku, že větší pokrytí politických témat ze strany médií vede k navyšující se nedůvěře k politikům. Pravděpodobně tou nejdůležitější rannou prací k tomuto tématu je dílo Michaela Robinsona¹⁰, který zpopularizoval termín „videomalaise“ (do češtiny by se dal přeložit jako „malátnost způsobená médii“), který se vztahuje ke schopnosti televize podnitit politický cynismus. Robinson tvrdí, že negativita a konflikt, prvky, které jsou jedním ze stavebních kamenů televizních zpráv, podkopávají důvěru lidí ve vládu. Další výzkumy identifikovaly i jiné prvky mediálního pokrytí voleb, které mohou vést k nedůvěře vůči politikům. Například výroky politiků ve zprávách se stále

⁸ DAHLGREN, P. *Media, Citizenship and Civic Culture*.

⁹ JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*, s. 15.

¹⁰ ROBINSON, M. J. *Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise*. In *American Political Science Review*, s. 409-32.

zkracují – a to jak v televizi, tak v novinách (můžeme tu mluvit o tzv. „sound-bite society“¹¹). Naproti tomu popis kampaní se od informování o faktech přesunul k jejich interpretaci.¹²

Trend kratších zpráv, větší interpretace a také zaměřování se na negativní kampaně je uváděn jako potenciální vysvětlení pro klesající důvěru občanů k jejich politickým vůdcům. Pozdější práce upozorňovaly i na nezdvořilost a hrubost účastníků politických debat, o kterých televize informovala, nebo na fakt, že média se zabývají taktikami kampaní namísto politického programu kandidátů, což občany vede k cynismu nejen co se týče politiků, ale i politického procesu jako takového. Ve skutečnosti většina studií, které se zabývají tímto tématem, dochází k závěru, že mediální (a zvláště televizní) pokrytí – ať už kvůli zaměření na volební strategii nebo konflikt a negativitu – škodí důvěře lidí k politikům.¹³

Jako protiklad k „videomalaise“ nabízí Pippa Norrisová¹⁴ teorii „začarovaného kruhu“ („virtuous circle“), který naopak tvrdí, že vzrůstající pokrytí médií zvyšuje nejen důvěru občanů, ale i občanskou angažovanost. Podle tohoto pohledu budou ti, kteří se o politiku zajímají nejvíce a nejvíce jí věří, věnovat zprávám o politice větší pozornost, a tudíž se dozvědí o vládě a politicích více. Tyto větší vědomosti vedou k větší důvěře a zapojení se, čímž se tvoří „začarovaný kruh“, který zkvalitňuje demokracii. Pokud se ti, kteří se o politiku nezajímají, setkají s politickými zprávami, nevěnují jim příliš pozornosti, protože těmto zprávám nevěří, a tudíž se minimalizuje potenciál médií k ovlivnění.

V datech o veřejném mínění z Evropy a Spojených států amerických Norrisová našla podporu pro svou teorii v různých kontextech. Například zjistila, že sledovanost zpráv ve Velké Británii a USA je spojena s vyšším než průměrným zájmem o politiku. Důvěra v politické strany a politiky se podle Norrisové ve Velké Británii zvyšovala právě v průběhu volební kampaně v roce 1997.¹⁵

Vliv televize na občany tedy můžeme vnímat z různých úhlů pohledu. Faktem, o kterém není třeba diskutovat, však je, že televize přináší politiku do soukromí lidí. Přírozené centrum politiky bývalo na veřejných místech, kde se vyjednávalo, diskutovalo a bojovalo nad politickými problémy. Televize ale politiku přenesla do obývacích pokojů. Nepopíratelně tím rozšířila politické publikum, do politického procesu zapojila osoby a skupiny, které by se v čase před televizí za účastníky tohoto procesu nepovažovali.¹⁶

¹¹ AVERY, J. M. Videomalaise or Virtuous Circle? The Influence of the News Media on Political Trust. In *International Journal of Press/Politics*, s. 2.

¹² Ibid, s. 411.

¹³ Ibid.

¹⁴ NORRIS, P. *A Virtuous Circle*.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*.

S vlivem médií na voliče souvisí i téma zobrazování politiků. Politici mají obecně špatnou pověst a jsou pravidelně obviňováni z toho, že jsou ignorantští, chamtiví a zkorumpovaní. Jejich sociální skupina patří k těm, kterým lidé nejméně věří.¹⁷ Ve skutečnosti mají tak špatnou pověst, že lidé, kteří se podílejí na aktivitách, označovaných jako politické, odmítají být nazýváni politiky.¹⁸ Je na místě se ptát, kde se tento nepřiliš lichotivý obraz tvoří a zda ho vytvářejí média.

Studie zabývající se zobrazováním politiků v televizní zábavě často popisují převahu negativních zobrazení. Například Lichter a kol.¹⁹ sledovali zobrazování politické sféry v televizních prime-timeových pořadech po čtyři desetiletí. Jedním z důvodů, proč se autoři rozhodli studii provést, byla zpráva organizace „Council for Excellence in Government“, podle které v roce 1999 jen 29 % Američanů věřilo, že jejich vláda dělá většinu času správná rozhodnutí. Ještě menší počet lidí, 19 %, vyjádřilo důvěru k americkému Kongresu.

Lichter a kol. zkoumali 9 588 postav v 1 234 pořadech (číslo zahrnuje jak politiky, tak zaměstnance veřejného sektoru). Našli značně zatrpklý obraz vlády s politiky často zobrazovanými jako zkorumpované padouchy a přísluhovače jiných zájmů. Pokud měl nějaký veřejný činitel chvályhodné zájmy, zpravidla se jednalo o osamělého jednotlivce. Například v letech 1955 až 1986 bylo 51 procent postav z veřejného sektoru ukázáno v negativním světle. Naproti tomu např. postavy právníků byly v celých 62 procentech ukazovány jako pozitivní. Mezi typické zobrazení zařadili autoři studie i úplatného starostu města Springfieldu v animovaném seriálu *Simpsonovi* a nekompetentního starostu New Yorku ze sitcomu *Všichni starostovi muži* („Spin City“).

Autoři těžko nacházeli pořad, který by politický systém zobrazoval jako něco, co má sloužit veřejnému blahu více než osobním zájmům, a docházejí k závěru, že televize vládu a politiku zobrazovala negativně od svých prvních dnů. Nepřiliš lichotivý obraz podávala i o lidech, kteří pro vládu pracují (úředníci, pošťáci, knihovníci atd.).

Tato negativní zobrazování zřejmě ovlivňují obraz politiků, jaký o nich mají voliči. Lichterova studie dokonce naznačuje, že obraz politiků v očích veřejnosti ovlivňují více zábavné pořady než zpravodajství. To s sebou ale nese určité nebezpečí desinterpretace,

¹⁷ Např. výzkum CVVM „Důvěra ústavním institucím a spokojenost s politickou situací“, přístupný na www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100562s_pi60303.pdf. Z výzkumu vyplývá, že nejvíce dotazovaných věří prezidentovi ČR, nejméně pak poslancům a senátorům. Oběma těmito skupinám věřilo v průzkumu, který mapoval výzkum důvěry během jednoho roku, méně než třicet procent dotázaných.

¹⁸ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 5.

¹⁹ LICHTER, R.; LICHTER, L; AMUNDSON, D. Government goes down the tube: images of government in TV entertainment, 1955-1998. *Harvard International Journal of Press/Politics*, s. 96-103.

protože hlavním úkolem zábavných pořadů není šíření informací. Někteří autoři (Stephen Wagg v článku *They Already Got a Comedian for Governor'— Comedians and Politics in the United States and Britain*²⁰, James Wittelbols v knize *Watching M*A*S*H, Watching America*²¹) poznamenávají, že zábavné televizní pořady ve snaze zalíbit se průměrným Američanům inklinují k zobrazování populárních názorů na politiku. Nicméně tím, že je stále opakují, tyto názory dále posilují. Tuto moc utužovat některé myšlenky a názory nelze brát na lehkou váhu, obzvláště když řada diváků má o svých politických kandidátech jen omezenou a zkreslenou představu.²²

2.1.1 Politici a humor

Jak připomíná Jones, spojení humoru a politiky může být i přínosné – humor je důležitým nástrojem v politické kritice, zvláště když se politické události zdají nerealistické nebo absurdní.²³ Například u skandálu Clinton-Lewinská na konci devadesátých let nebo u zmatku v amerických prezidentských volbách v roce 2000, kdy vyhrál prezidentský kandidát, který nezískal většinu voličských hlasů, byl humor jedním z prostředků, jak ulevit rozčarování. Sexuální aféra prezidenta Billa Clintona a Moniky Lewinské vzbuzovala v americké veřejnosti posměch sama o sobě – navzdory tomu, že se média i republikánská strana snažily vzbudit v občanech pohoršení nad tím, že Clinton svou aféru veřejně popíral.

Russell L. Peterson si klade obecnější otázku: k čemu je nám vlastně smích? Jako jednu z odpovědí nabízí tezi, že nám smích pomáhá vypořádat se se společenskými tlaky a konvencemi, které nám nedovolují chovat se vždy tak, jak bychom právě chtěli. Místo abychom našeho hloupého nadřazeného praštili do zubů, raději se na jeho účet pobavíme s přáteli v baru. Smát se na účet politiků je stejné jako smát se na účet svého nadřazeného (svého premiéra také nemůžete praštit do zubů). Vždy, když se smějeme někomu, kdo se z našeho pohledu chová „špatně“, znovu se ujišťujeme o tom, co je podle nás správné.²⁴

Humor je také součástí taktiky politiků, jak si naklonit voliče právě tím, že si dokáží udělat legraci sami ze sebe. Jak ale ukazují fakta, tato schopnost má svá omezení. Například

²⁰ WAGG, S. 'They Already Got a Comedian for Governor' — Comedians and Politics in the United States and Britain. In *Because I Tell a Joke or Two : Comedy, Politics, and Social Difference*, s. 244–72.

²¹ WITTEBOLS, J. *Watching M*A*S*H, Watching America*.

²² LICHTER, R., LICHTER, L., AMUNDSON, D. Government goes down the tube : images of government in TV entertainment, 1955-1998. *Harvard International Journal of Press/Politics*.

²³ JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*, s. 11.

²⁴ PETERSON, R. L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 16.

herečka a komička Whoopi Goldbergová musela opustit kampaň prezidentského kandidáta Johna F. Kerryho, když dělala sexuální narážky na Kerryho příjmení.²⁵

Nejkřiklavějším příkladem za poslední roky je veřejné zesměšnění Geoge Bushe přímo v Bílém domě v roce 2006. Na každoročním setkání prezidenta USA s blízkými spolupracovníky a novináři, která se nesou v odlehčeném duchu, tehdy vystoupili herec Steve Bridges a komik Stephen Colbert. Zatímco Bridges si hrál na dvojníka George Bushe a jeho humor se nesl ve smířlivém duchu („*Musím předstírat, že mě to tu s vámi baví. Přitom mě to vážně štve. Jak se mě pokoušejí ztrapnit tím, že nesestríhají to, co říkám. No, tak se dejme do toho, ať už můžu být v posteli.*“), vystoupení Stephena Colberta nabídlo něco mimořádného.

To, co říkal, nebylo tak výjimečné, dokonce zrecykloval některé vtipy ze svého pořadu *The Colbert Report*. Mimořádné bylo, že své poznámky pronášel necelé dva metry od terče svých vtipů. „*Nejlepší věc na tomto muži je to, že má pevné názory,*“ vzkázal Colbert na adresu prezidenta Bushe. „*Víte, na čem s ním jste. Ve středu věří té samé věci jako v pondělí, nezáleží na tom, co se stalo v úterý. Okolnosti se mohou změnit, víra tohoto muže nikoli.*“²⁶ Prezident se ošival, na jeho napjaté tváři se objevily skvrny, prozrazující rozčilení. Také obecenstvo, které smíchem provázelo vystoupení dvojníka Bridgese, náhle ztichlo.

Je zajímavé, že mainstreamová média si tohoto vystoupení prakticky nevšimla, video s Colbertovým vystoupením ale slavilo úspěch na internetu (video vystavené na serveru Youtube má v současné době přes dva miliony a dvě stě tisíc zhlédnutí²⁷). Když kvůli tomuto ohlasu zpožděně reagovala na vystoupení i tradiční média, byl jimi Colbert často odsouzen za to, že jeho vystoupení bylo příliš hrubé a nevtipné. Komik na to reagoval obviněním, že dělal práci novinářů, příliš líných na to, aby dělali něco jiného než opakování toho, co jim nadiktuje tiskové oddělení Bílého domu. Jinými slovy, Colbert napadl média za to, že selhala ve svém poslání jako hlídacího psa demokracie.

Účelem politické satiry je právě upozorňování na chyby politiků. Pokud Colbert jen dělal svoji práci coby satirista, který upozorňuje mocné na jejich chyby, proč se obecenstvo i novináři cítili tak nepříjemně? Proč bylo Colbertovo vystoupení vnímáno skoro jako zázrak? Peterson se domnívá, že je to tím, že na rozdíl od humoru o politice je politická satira, která používá komediální prvky k vážné kritice, velmi vzácná, tak vzácná, že působí jako zjevení. Humor, který se objevuje ve stále oblíbenějších late night shows, totiž má k politické satirě daleko, jak se pokusí ukázat následující kapitola.

²⁵ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke.*

²⁶ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke*, str. 6.

²⁷ K vidění na www adrese <http://www.youtube.com/watch?v=qa-4E8ZDj9s&translated=1>.

2.2. Late night shows a jejich role v politickém procesu

Média se pro většinu občanů stala hlavním zdrojem informací o politice – prostorem, kde se politika odehrává. Jedná se nejen o zpravodajství, ale i o knihy, časopisy, billboardy, reklamy, direct maily, filmy, blogy nebo chaty. Nejen, že nám média poskytují informace o politických problémech, ideách, událostech nebo hráčích, ale také tvoří jakési mentální mapy o politickém a sociálním světě mimo naši přímou zkušenost. Poskytují reservoár obrazů a hlasů, hrdinů a padouchů, výroků a sloganů, faktů a myšlenek, které vytváříme při snaze dát politice smysl. Pomáhají příjemcům v organizování informací, jejich interpretaci, vysvětlování, porozumění a rozhodování o smyslu věcí.²⁸

Právě skrze televizi (potažmo média) a populární kulturu nám dává smysl politickému dění smysl. Televize reaguje na potřebu lidí zasadit politická vystoupení do rámce selského rozumu, je místem, kde se žitá zkušenost aplikuje na intelektuální konstrukce státu a ideologie.²⁹ Diváci se nejprve s touto potřebou obrací na televizní zprávy, ale ty ji nenaplňují úplně, protože většinou nenabízí uzavřená řešení. Obecenstvo se pak často svou pozornost obrátí na talk shows, protože ty nabízejí větší potenciál pro vyprávění příběhu, který je na pochopení jednodušší než zpravodajství, které mnohdy nedává smysl politickým výrokům a šarvátkám.³⁰

Dalším důvodem, proč tolik lidí považuje za důležitý zdroj informací o politice právě talk show, je, že politici tu mluví mnohem déle, než je jim dovoleno v běžných zpravodajských a dokumentárních programech. Tento typ pořadu rovněž nabízí vícerozměrný obraz politických osobností. Talk shows jsou tradičně konstruovány jako pořady, v nichž hlavní roli hraje moderátorův humor, zatímco host (v našem případě politik) musí akceptovat svou roli toho, na jehož účet si moderátor tropí žerty. Politici tu musejí přepínat mezi pozicí politického kandidáta, vůdce strany, rodiče nebo filmového či sportovního fanouška. Musejí tu také převést mnohdy abstraktní politickou řeč do jazyka, kterému rozumí běžný divák, čímž se mu přibližují více než při televizních politických debatách nebo při krátkých prohlášeních ve zpravodajských pořadech.³¹

²⁸ JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*, str. 17.

²⁹ JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*, str. 29.

³⁰ Většina hostů talk shows přirozeně není z politického života, přicházejí z různých oblastí – jsou to zpěváci, herci, umělci, zástupci zájmových skupin, sportovci, rekordmani atd. Pokud se s moderátorem tyto hosté baví o politice, většinou je to v jazyce a s názory podobnými, jaké slyšíme v rozhovoru mezi kolegy na pracovišti, v hospodě nebo v kadeřnictví.

³¹ Zajímavostí je, že se forma diskuse moderátora s hostem se neujala už v rozhlasové éře – talk show vznikla pro televizi a teprve později se přesunula do rozhlasového prostředí. Talk show se etablovala v USA na počátku 50. let, do

Hybridní povaha talk show jako žánru, kde politici musejí kromě své racionální stránky ukázat i stránku citovou, ji dělají jedním z žánrů, kterým politici věnují nadměrnou pozornost. Politik tu může lehce vyvolat dojem, že je „jedním z nás“ (obyčejný chlapík), a proto si *zaslouží* nás reprezentovat, ale také, že je zvláštní a schopnější než „my“, a proto je *hoden* nás reprezentovat.³²

Zdá se, že poradci prezidentů souhlasí s rostoucím vlivem late night shows na voliče³³. „*Jay Leno je mnohem levnější než dotazování se voličů. (Late night shows) často odrážejí, co voliči cítí, a jejich postřehy mají obrovský vliv na to, jak voliči vidí kandidáty, mnohem větší než večerní zpravodajské relace,*“ vyjádřil se vedoucí mediální kampaně prezidentského kandidáta Johna McCaina Dan Schnur.³⁴

Týden po teroristických útocích z 11. září 2001 moderátor Bill Maher v talk show *Politically Incorrect* probíral se svým hostem, zda bylo od prezidenta George Bushe adekvátní, že teroristy označil za zbabělce. „*To my jsme byli zbabělci, když jsme odpalovali řízené střely ze vzdálenosti dvou tisíc mil. To je zbabělost. Zůstat v letadle, když naráží do budovy – říkejte si co chcete, ale to není zbabělost,*“ prohlásil tehdy Maher. Přestože narážel na vojenské řízení během éry prezidenta Clintona, jeho výrok vzbudil pozdvižení. Tiskový mluvčí Bílého domu Ari Fleischer byl dotazován, zda prezident Bush nějak komentoval Maherova slova. Bush tehdy talk show neviděl, přesto si na ni postěžoval. „*Je hrozné něco takového říkat, a je to také nešťastné. (...) Toto není doba pro podobné poznámky,*“ reagoval Fleischer.³⁵

Američtí političtí kandidáti si také talk shows vybírají k oznámení své kandidatury. V roce 2003 oznámil Arnold Schwarzenegger svou kandidaturu na post guvernéra Kalifornie v *The Tonight Show with Jay Leno* a senátor John Edwards oznámil svou kandidaturu na prezidenta Spojených států v *The Daily Show with Jon Stewart*.³⁶

Evropy pronikla v 70. letech. Po počátečním úspěchu se v 70. letech v Americe dostavuje útlum. Divácký zájem roste až s nástupem nových forem: konfesní talkshow (ve kterém hovořili neprominentní hosté o společensky tabuizovaných tématech) a konfrontační talkshow, neboli Confrotalk (ve kterém se diskutovalo o kontroverzních tématech ve vyhrocené atmosféře). Boom konfrontačních pořadů však spadá až do konce 80. let.

³² ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 78-79.

³³ Naproti tomu uvádí Peterson (*Strange Bedfellows*, str. 40) výzkum z roku 2004, kde byli respondenti dotazováni na mediální zdroje, ze kterých získávají informace o kandidátech. Ze všech dotazovaných jen devět procent uvedlo, že informace získávají z late night shows, osmnáct procent pak uvedlo, že z těchto pořadů získávají informace občas (u respondentů ve věku 18-29 let bylo toto číslo vyšší). Nejčastěji uváděným zdrojem informací se staly zpravodajské pořady (35 procent dotazovaných uvedlo pravidelně a 35 procent občas).

³⁴ NIVEN, D.; RICHTER, R.; AMUNDSON, D. The political content of late night comedy. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*, s. 119.

³⁵ JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*, s. 3.

³⁶ *Ibid.*, s. 4.

Svou sílu působit na občany a ovlivňovat jejich mínění o politicích ukázal v roce 2009 i pořad Jana Krause *Uvolněte se, prosím*. Hostem tu byla místopředsdkyně Strany zelených Kateřina Jaques a během rozhovoru se téma stočilo na biomasu a její využití. Jaques dokázala definovat, co je to biomasa a k čemu se využívá. Z míry ji ale vyvedla stále dokola opakovaná Krausova otázka, jak si má biomasou topit doma v kamnech. Vývoj rozhovoru vcelku přesně popisuje komentátor Vladimír Just: *Bylo to – z hlediska poetiky klaunského výstupu – vsutku neodolatelné: Kraus drží v ruce kbelík se šlupkama, a co dál, Katko, – mám ho teda frknout do kamen? Opět teoreticky správně ho již lehce znejistělá Jacques posílá s takovým kbelíkem leda na kompost, aby mu tam vyrostla třeba mrkev. Kraus ji ale znovu a znovu neodbytně („Tam už jsme byli. Mně neuniknete!“) vrací ke kamnům: „Čím tam mám teda zatopit?“. A to už Jacques totálně nezvládne, v zoufalství a ne příliš povedeně – už viditelně v transu – zažertuje: „Tou mrkví!“. Vtip se nepovede, následuje trapas, okno jako hrom – kdo z nás je nikdy nezažil na veřejnosti, ať se přihlásí – a nakonec jen rozpačitá posunčina a bezmocné rozhazování rukama. Konec klauniády.³⁷*

Chybou Kateřiny Jaques nebyla neznalost, ale to, že nezvládla své mediální vystoupení a není pohotovou bavičkou, která je schopná převést své myšlenky do pro diváka srozumitelné formy. Výpadek později přiznala i ona sama: *Ten problém s biomasou nebyl v neznalosti tématu, byl to prostě absolutní lapsus. Výpadek. Můj mozek není nastaven na tento typ komunikace, rozhodilo mě to. Vůbec nevím, co se těch několik minut dělo. Vybavuji si jedině: jak tam sedím a chci zalézt pod tu pohovku. Prostě jsem to nezvládla. Vybičovalo mě to ke studiu téměř doktorandskému - dnes bych mohla dávat přednášky o všech typech ekologického vytápění.³⁸*

Zprávy o tom, že jedna z představitelk Strany zelených „neví, co je biomasa“, se nejdříve chopil bulvár a později i seriózní média. Díl *Uvolněte se, prosím*, ve kterém Kateřina Jaques vystupovala, má už přes 870 000 přístupů v internetovém archivu České televize³⁹. Lze jen hádat, zda toto poškození image vedlo k debaklu Strany zelených ve volbách do Evropského parlamentu, které se uskutečnily jen dva měsíce po odvysílání pořadu. Kateřina Jaques se po neúspěchu strany ve volbách stáhla z politického života, stejně jako její partner (a předseda Strany zelených) Martin Bursík.

³⁷ Článek přístupný na www adrese <http://blog.aktualne.centrum.cz/blogy/vladimir-just.php?itemid=6594>.

³⁸ Článek *Kateřina Jaques: Ve sněmovně je víc tuposti, než by se čekalo* pro ona.idnes.cz je přístupný na www adrese http://ona.idnes.cz/katerina-jacques-ve-snemovne-je-vic-tuposti-nez-by-se-cekalo-pqv-/ona_ony.asp?c=A090518_110310_ona_ony_jup.

³⁹ Celý rozhovor k vidění na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800013-uvolnete-se-prosim/>.

Kauza se do médií vrátila o několik měsíců později, když Česká televize vyřadila díl *Uvolněte se, prosím* s Jaques z letních repríz, údajně proto, že byl příliš nový. Stejným způsobem postupovala veřejnoprávní televize i v případě dílu, kde vystupovala primátorka Chomutova Ivana Řápková, která se stala známou díky kontroverznímu postupu proti neplatičům nájemného, kterým na zakázku města zabavovali exekutoři sociální dávky. Mediálně exponované bylo její jednání zřejmě proto, že většinu neplatičů tvořili Romové. U obou případů Česká televize čelila v souvislosti s neodvysíláním repríz obvinění, že jednala na politickou objednávku.

Jeden z důvodů tak velkého vlivu late night shows je nasnadě: velké obecenstvo. Show Jaye Leno a Davida Lettermana mají sledovanost okolo pěti milionů diváků. Show Jana Krause patřila k neúspěšnějším pořadům České televize, rekord jeho sledovanosti je 1,7 milionu diváků.⁴⁰ Naproti tomu například show Larryho Kinga (v prosinci 2010 odešel na odpočinek) ze zpravodajské CNN sledovalo přinejlepším půl milionu diváků. Znepokojující je, že podle studie Pew Research Center padesát procent Američanů pod třicet let považuje late night shows za zdroj zpráv.⁴¹ Svým odlehčeným stylem a nekomplikovanými myšlenkami tento typ pořadů podává ruku divákům, kteří nemají zájem o zpravodajské pořady s politickými analýzami a nahlédnutími do spleťtého světa politiky. Pokud David Letterman řekne, že George Bush je hloupý, Hillary Clintonová ledová královna a John Kerry nudný, divák nemusí luštit složitý labyrint lobbingu, skrytých zájmů a zákulisních dohod mezi stranami.

Vzrůstající propojení mezi politikou a talk shows, respektive rostoucí zájem politiků o tyto pořady byl podnětem pro vznik článku *The Political Content of Late Night Comedy*⁴², jehož autoři David Niven, S. Robert Richter a Daniel Amundson měli k dispozici databázi všech vtipů z *Late Show*, *Tonight Show* a *Late Night* z let 1996 až 2000 a z pořadu *Politically Incorrect* z let 1998 až 2000. Dohromady to dělalo přes třináct tisíc politických vtipů. Autoři zjistili, že průvodci pořadů mají tendenci zaměřovat se na stejné osoby a že jejich humor se ve většině případů vyhýbá jakýmkoli politickým problémům a míří přímo na politiku.

Peterson si také všímá toho, že tvůrci pořadů dbají na to, aby neprojevíli přílišné sympatie či antipatie jedné ze stran.⁴³ To ale nemá nic společného se snahou být fér. Jak pragmaticky poznamenává jeden z moderátorů úspěšných late night shows Jay Leno, tím že

⁴⁰ Článek k přečtení na [www](http://archive.ceskamedia.cz/article.html?id=191893_nw_M&qqqq=prohaska) adrese http://archive.ceskamedia.cz/article.html?id=191893_nw_M&qqqq=prohaska.

⁴¹ MERONEY, J. Late-night politics. In *The American Enterprise*.

⁴² NIVEN, D.; RICHTER, R.; AMUNDSON, D. The political content of late night comedy. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*, s. 118-133.

⁴³ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 10.

byste se postavili na jednu ze stran, ztratíte polovinu diváků. Talk show je stále součástí showbusinessu a nemůže si dovolit ztrácet diváckou podporu. Podobně vyvážený je i styl humoru moderátorů, který místo satiry nabízí pouze humor, který neurazí příznivce zesměšňovaného politika.

Možná to je jeden z důvodů, proč jsou pořady jako *The Colbert Report* nebo *The Daily Show* drzejší a odvážnější, co se týče humoru zaměřeného na politiky. Pořady Stephena Colberta a Jona Stewarta, které běží na kabelových televizích, totiž sleduje něco přes milion diváků, tedy přibližně pětkrát méně než show Jaye Leno (*The Tonight Show*), Conana O'Briena (dříve *Late Night*, v současné době show *Conan*) a Davida Lettermana (*Late Show*), které se vysílají na celostátní televizní síti. Větší rozdíl mezi kabelovými a síťovými (mainstreamovými) late night shows je vidět v tom, co jejich vtipy říkají, ne na kterou politickou stranu jsou zaměřeny. Při bližším zkoumání vychází najevo, že jediná politická věc na vtipech v mainstreamových talk shows je to, že jsou o politicích. Peterson⁴⁴ dochází ke stejnému závěru jako David Niven a jeho kolegové: vtipy v těchto pořadech nejsou svou podstatou příliš odlišné od zesměšňování osobnosti milionářské dědičky Paris Hilton nebo hudebníka Ozzyho Osbourny, jen přívlastky „zhýralá“ a „drogově závislý“ jsou vyměněny za „hloupý“ a „nudný“. Peterson dokonce přichází s myšlenkou, že humor v talk shows škodí demokracii a více než na satiru, jak by se dalo předpokládat, si zakládá spíše na cynismu. Všichni politici jsou podaní jako stejně hloupí a stejně neschopní: je jedno, kdo z nich vyhraje volby, Američané vždy prohrají. Takže tím, že se tvůrci snaží o nestrannost, vlastně tyto pořady nabízejí poměrně smutný a cynický obraz americké demokracie.⁴⁵

Co je tedy na těchto pořadech tak atraktivní a čím přitahují miliony diváků? Peterson se domnívá, že je to tím, že potvrzují podezření, které má mnoho Američanů: demokracie je hezký nápad, ale nedá se provozovat v praxi. Druh humoru použitý v late night shows je podle Petersona implicitně antidemokratický. Nekritizuje politiku za její obsah ani politiky za jejich činy, dělá si legraci z jejich osobních vlastností.

Dělat si legraci z politiků nemusíme pokládat nemorální nebo nevhodné, problém je, že většina takového humoru nemá politický základ. Pravá politická satira má odhalovat problémy společnosti a upozorňovat na chyby vlády v okamžiku, kdy se děje něco špatného. Antipolitický humor, který je k vidění v nejznámějších late night shows, podle Petersona jako by říkal pouze: „Eh – a co s tím naděláte?“⁴⁶

⁴⁴ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 12-13.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid

Na druhou stranu Peterson dodává, že toto poselství nalezneme i ve zprávách. Zpravodajské pořady podle něj také říkají: systém je špatný, politici jsou podvodníci – a vy s tím nemůžete nic dělat. Rozdíl je v tom, že talk shows to říkají alespoň s vtipem. Peterson poukazuje i na bulvarizaci zpravodajství, které přebírá zábavné prvky: chytlavé úvodní znělky, příběhy jako ze soap opery (u nás např. záměna novorozeňat z třebičské nemocnice nebo svatba Karla Gotta), krásní a mladí moderátoři nebo stereotypizace či mýtizace rolí osob (padouch, hrdina, matka, zachránce) a zjednodušování příběhů.

2.2.1 *The Daily Show with John Stewart*

Jedna z úspěšných amerických talk show *The Daily Show* Jona Stewarta tohoto napětí mezi zpravodajstvím a zábavnými pořady využívá tak, že je postavená na parodování zpravodajských pořadů. Sám Stewart tu představuje moderátora ve studiu, pořad má falešné reportéry a komentátory a také chytlavý slogan „Nejdůležitější televizní pořad všech dob“. Tato show ráda upozorňuje na absurdity a rozpory ve zpravodajství jako takovém a její autoři si jsou plně vědomi toho, že se zpravodajské pořady bulvarizují. „*Našli jsme hodně inspirace v tom, jak se zprávy zezábavnily,*“ připomíná Stewart. Hlavní scénárista *The Daily Show* Ben Karlin nabízí svůj pohled na pořad: „*(Naše show) není přímá talk show, takže nemusíme být tím pořadem, ve kterém lidé hledají útěchu a směr. A nejsme ani zpravodajství, takže nemusíme moc dbát na tu tak důležitou falešnou objektivitu.*“⁴⁷

Baym ve své analýze Stewartova pořadu dokonce nabízí myšlenku, že *The Daily Show* ukazuje možnosti moderní politické žurnalistiky. *Hranice mezi zpravodajstvím a zábavou a mezi veřejným děním a populární kulturou je těžké, ne-li nemožné rozeznat. Na průsečíku těchto hranic stojí The Daily Show with Jon Stewart, hybridní mix komedie, zpráv a politické konverzace, který je těžké zaškatulkovat. Ačkoli bývá často odsuzována jako „falešné“ zpravodajství, jeho důležitost pro politickou komunikaci může být mnohem zásadnější.*⁴⁸

Ve své podstatě Stewartova show obviňuje politiky i žurnalisty z toho, že jsou vlastně podvodníci a se svým divákům hrají jen divadlo. Poukazuje na novinářskou honbu za senzací a umělé vytváření napětí i na hru, kterou s médii hrají politici. To ale není jediná věc, která Stewartovu show odlišuje od ostatních late night shows. *The Daily Show* má totiž neobvykle mladé publikum – Američané mezi 18 a 24 lety ji sledují více než kterákoli jiná skupina diváků a více než kterákoli jiná skupina jsou náchylní k tomu, aby tento pořad považovali za

⁴⁷ JONES, J. P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*, s. 54.

⁴⁸ BAYM, G. *The Daily Show : Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism*. In *Political Communication.*, s. 259.

zdroj politických informací. Tuto skupinu diváků pořad zřejmě přitahuje pravděpodobně hravým, parodickým formátem a odlišností od ostatních late night shows.

Pořady Davida Lettermana, Jaye Lena i Conana O'Briena jsou totiž všechny postaveny na úvodním monologu moderátora a rozhovorech s hosty, prokládanými vystoupeními přítomné hudební skupiny (tuto kostru najdeme i v české verzi *Uvolněte se, prosím*). Také styl humoru je odlišný. Zatímco mainstreamové late night shows staví spíše na cynickém zesměšňování („*Kerry byl zde v Los Angeles. Ucházet se o španělské hlasy tím, že mluvil španělsky. A ukázal lidem, že dokáže být nudný ve dvou jazycích.*“⁴⁹), Stewartův humor je velmi ironický a snaží se najít rozdíly mezi tím, jaké věci jsou a jaké by měly být.

Sám Jon Stewart nepovažuje za pravděpodobné, že by se na jeho pořad obraceli mladí lidé s tím, že chtějí získat informace. Podle něj totiž *The Daily Show* obsahuje tak málo zpravodajství samo o sobě, že by bez předchozích znalostí nedávalo smysl. Scénárista show Ben Karlin ale připouští, že v malé míře diváci dostanou mix informací, které v den vysílání proběhly médií.⁵⁰ Oba tím ale podporují obavy, že mladí lidé, kteří dezertují od klasického zpravodajství ke komediálním pořadům, nedostanou dostatek informací, nutných k rozhodování o politice.

Někteří teoretici, například Baum⁵¹, se naproti tomu domnívají, že pořady typu soft news (nejen talk shows, ale i zpravodajské magazíny atd.) pěstují zájem o politiku u lidí, kteří obvykle nesledují zpravodajství. Soft news přitáhnou pozornost těchto diváků k určitým politickým problémům v době, kdy zájem o politiku jako takovou klesá. Baumův výzkum podporuje jeho názor, že vystavení vlivu soft news následně vede ke konzumaci hard news, tedy i klasického zpravodajství. Podle Bauma by tedy mělo sledování late night shows mít pozitivní efekt, protože mladí lidé se díky nim více zajímají o politiku a začali sledovat zpravodajské pořady. Baum by se také neshodoval argumentem s Jona Stewarta, že lidé k jeho pořadu už přistupují s informacemi o politických událostech uplynulého dne.

Young a Tisinger⁵² se domnívají, že může docházet k oběma procesům. Konzumace late-night shows může zvyšovat zájem o zpravodajství mezi mladými diváky. Na druhou stranu, v kontextu více politicky orientovaných pořadů, jako je Stewartova *The Daily Show* nebo *Real Time* Billa Mahera, jsou jejich diváci pravděpodobně už informováni o denních

⁴⁹ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 10.

⁵⁰ YOUNG, D. G; TISINGER, R.M. Dispelling Late-Night Myths: News Consumption among Late-Night Comedy Viewers and the Predictors of Exposure to Various Late-Night Shows. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*, s. 115.

⁵¹ BAUM, M. A. *Soft News Goes to War : Public Opinion and American Foreign Policy in the New Media Age*.

⁵² YOUNG, D.G; TISINGER, R.M. Dispelling Late-Night Myths: News Consumption among Late-Night Comedy Viewers and the Predictors of Exposure to Various Late-Night Shows. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*.

událostech. Young a Tisinger se přitom opírají o výzkumy dokazující, že diváci Stewartova pořadu jsou více obeznáni s politickými problémy než průměrný Američan, dokonce více než průměrný konzument zpravodajství na síťových televizích. Je nepravděpodobné, že by tyto znalosti získávali přímo z *The Daily Show*. Young a Tisinger dodávají, že podle údajů Pew Research Center mladí lidé přijímají méně informací o politických kampaních ze zpráv a více z late night shows a že informace z late night shows přijímají více než starší lidé, ale nic nenaznačuje, že by se přitom odvraceli od tradičních zpráv. Oba autoři se spíše přiklánějí k názoru, že late night shows slouží jako vstupní brána ke konzumaci dalších informací ze zpravodajství.

2.2.1.1 Poskytuje *The Daily Show* více informací než zpravodajství?

Pokud se ještě na chvíli vrátíme k obavám, že mladí lidé čerpají informace pořadů typu late-night comedy, v tomto případě z *The Daily Show*, je namístě se zeptat, zda jsou tyto informace opravdu méně přínosné a méně hodnotné než ty, které nabízí zpravodajství, které můžeme vnímat jako klasické.

Jeffrey P. Jones se ptá: Co když je tato fáma opravdu pravdivá a mladí lidé čerpají většinu informací z pořadů jako je *The Daily Show*? Jak se tyto informace odlišují od těch, které nabízí respektované zdroje jako například CNN? Jones se domnívá, že Stewartův pořad se svým stylem pouze napodobujícím žurnalistiku dovoluje svým autorům zpochybňovat a kritizovat manipulativní jazyk politiky a zároveň ukazovat hlubší pravdy o politice než ty, které nabízí „objektivní“ zpravodajství mainstreamové žurnalistiky. Tím, že přímo ukazuje vyšší úroveň toho, jak politika funguje, získává podle Jonese divák konkrétní a snad i užitečnější informace.⁵³

Jones srovnal to, jak jednu událost pokryla CNN a *The Daily Show* a došel k závěru, že Stewartova napodobenina zpravodajských pořadů je možná bližší realitě než samotné zpravodajství. Kristina Riegertová k tomu poznamenává, že zpravodajství má tu nevýhodu, že nemůže otevřeně označit někoho za lháře, ale obvykle se snaží najít nějakého odborníka nebo citovat někoho, kdo na lež upozorní. Komedieální pořady se o to snažit nemusejí a mohou rovnou ukázat na lži, neférové nebo nepravdivé útoky politických oponentů nebo na propagandistický styl politických kampaní.⁵⁴

Riegertová jako jeden z příkladů uvádí to, jak CNN a *The Daily Show* informovaly o projevu prezidenta George W. Bushe během prezidentské kampaně v roce 2004. V ten samý

⁵³ JONES, J.P. „Fake“ news versus „real“ news. In *Politicainment (Popular Culture and Everyday Life)*, s. 130.

⁵⁴ RIEGERT, K. *Politicainment (Popular Culture and Everyday Life)*, s. 12.

den CIA odhalila, že její komise nenašla v Iráku žádné stopy po zbraních hromadného ničení (což byl jeden z důvodů, kterými Bushova administrativa zdůvodnila invazi do Iráku). CNN nejdříve věnovala více pozornosti Bushově proslovu, ve kterém znovu varoval před diktátorským režimem Saddáma Husajna a teroristickou hrozbou. V dalších relacích už se reportáž stále více a více přibližovala k této informaci: Bush obhajoval válku v Iráku, zatímco CIA připravuje zveřejnění zprávy o tom, že Husajn žádné zbraně hromadného ničení neměl.

John Stewart se ve své show k dané věci vyjádřil takto: „*Oficiální zpráva CIA přišla... s definitivní odpovědí na otázku, zda byly v Iráku zbraně hromadného ničení, a ukazuje se... oh, ne mnoho. Zbraně hromadného ničení v Iráku očividně nebyly. Prezident a viceprezident prohlásili, že (zpráva) jasně ospravedlnila invazi do Iráku. Takže někteří lidé se podívají na sklenici a vidí, že je z poloviny plná – a jiní se podívají na sklenici a řeknou... že je to drak*“⁵⁵

Stewart nabízí přibližně stejné množství informací, na rozdíl od CNN ale pokračuje v komentáři naznačujícím, že George Bush a jeho viceprezident Dick Cheney jsou buď lháři, nebo lidé, kteří vidí pouze to, co chtějí vidět. Stewart nabízí fakta, ale také interpretaci těchto faktů. Žurnalisté se až na výjimky interpretaci faktů kvůli dodržení principů objektivity vyhýbají. *The Daily Show* nic takového dělat nemusí.

Stejně tak Stewart interpretuje techniky, které politici využívají, aby přesvědčili občany o svém názoru. Z již výše zmíněného Bushova předvolebního projevu si vybral následující pasáž, kterou ve studiu komentoval:

Bush: Po jedenáctém září musí America zkoumat každou potenciální hrozbu v novém světě. Musíme pozorně prozkoumat každé místo, kde by teroristé mohli ukrývat zbraně.

Stewart: No, to je pravda. To by byla Saudská Arábie. Patnáct z devatenácti teroristů pocházelo odtud.

Bush: ... diktátorský režim Saddáma Husajna.

Stewart: Ne, ne. Nemyslím, že jste se trefil. Byl to Írán, který má napojení na Ál-Kaidu a budoval nukleární program. Myslím, že to byl Írán.

Bush (opakuje se ta samá věta ze záznamu): ...diktátorský režim Saddáma Husajna.

Stewart: Ne, ne. Jsem si jistý... (pauza)... Pákistán. Vrcholní inženýři prodali tajné informace o nukleárním programu do...

*Bush (opakuje se ta samá věta ze záznamu): ... diktátorský režim Saddáma Husajna.*⁵⁶

⁵⁵ YOUNG, D.G; TISINGER, R.M. Dispelling Late-Night Myths: News Consumption among Late-Night Comedy Viewers and the Predictors of Exposure to Various Late-Night Shows. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*, s. 118.

⁵⁶ JONES, J.P. „Fake“ news versus „real“ news. In *Politcotainment (Popular Culture and Everyday Life)*, s. 139.

Opakováním Bushovým výroků Stewart poukazuje na to, jak prezidentoval administrativa pokračuje v opakování jistých tvrzení stále znovu a znovu, až se z diváka stane nemyslíci robot.

2.3. Sbližování politického a kulturního života

„Pokud se herec může stát prezidentem, pak prezident může být hercem“ - Bill Clinton⁵⁷

Rostoucí důležitost talk shows v politickém životě je důsledkem sblížení politického a kulturního (mediálního) života. Tuto situaci můžeme chápat jako důsledek konvergence zábavy a politiky, jak si všímá např. Jones, který poznamenává, že téma politiky a vládních úřadů stále více proniká do zábavných pořadů. Dříve by politická témata snižovala sledovanost, ale např. v roce 2002 se v hlavním vysílacím čase na amerických stanicích vysílaly tři pořady o CIA, jeden o FBI, jeden o Bílém domě, dva o nejvyšším soudu, jeden o městské radnici, dva o amerických ozbrojených složkách a jeden o americké ambasádě.⁵⁸

Druhým pojetím pak může být zezábavňování politiky, které je důsledkem změn, jež přinesla v druhé polovině 20. století elektronická média. Politika je stále více organizována jako „media phenomenon“, událost plánovaná a vykonávaná pro média a za účasti médií. *Původní dichotomie politického procesu (kontrolovaného převážně politickou elitou) a jeho veřejné manifestace (zajišťované převážně médii) se dostává do těsnější vzájemné závislosti, a možná dokonce do stavu soutěže o dominantní postavení. Zatímco politické procesy se stále výrazněji stávají „mediovanou politikou“, média se stále výrazněji stávají „politickou silou“. Tato proměna vztahu se pochopitelně odráží i v postojích obou táborů. Zatímco média (a zvláště novináři v nich) jsou traumatizováni nedostatečnou možností prosadit svou (nečekaně nabytou) politickou moc, politická elita je zděšena prožitkem oslabení vlastní moci ve prospěch médií a obává se „medializace politiky“ jako degenerativní hrozby rozkládající tradiční demokratické postupy při rozhodování a distribuci moci, shrnul současný stav Jan Jiráček⁵⁹.*

Politika a její mediální manifestace se dostávají do nově definované vzájemné interakce. Moderní politiky jsou do značné míry „mediovány politikami“⁶⁰, popřípadě

⁵⁷ BLUMENTHAL, S. *The Clinton Wars*, s. 272.

⁵⁸ JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*, s. 4.

⁵⁹ JIRÁK, J. *Medializace jako strašák politiky*. Text přístupný na www adrese

http://veda.fsv.cuni.cz/konf_sem/globalni_svet/GS_prispevky/gs_med_jirak.htm.

⁶⁰ MCNAIR, B. *Journalism and Democracy : an evaluation of the political public sphere*, s. 1.

“medializovaným politickým diskurzem”⁶¹ či “mediovanou kvazi-interakcí”⁶². Tyto výrazy se podle Jiráka snaží pojmenovat skutečnost, že většina občanů prožívá politický život své společnosti a své země zpovzdálí, jako pozorovatelé, prostřednictvím tištěných médií, rozhlasů a televizí – tedy pouze skrze jeden typ veřejné manifestace.⁶³ Kromě toho, že jsou média významným zdrojem informací pro veřejnost, znamenají důležitý zdroj informací i pro politiky samotné, kteří skrze televizi, tisk, rozhlas, internet či zpravodajské agentury sledují politickou konkurenci a potřeby a postoje obyvatelstva. Obojí s sebou ale přináší zvýšené nároky na znalost práce medií a zákonitosti jejich fungování na straně občanů nebo nutnost naučit se pracovat se svým mediálním obrazem na straně politiků.

Medializace, která působí na politické rozhodování, znovu otevírá problém existence veřejné sféry a jejích proměn. Jürgen Habermas⁶⁴ představuje teorii strukturální změny veřejné sféry, jejíž enormní rozšíření na populaci jako celek je současně degradováno rostoucím vlivem komerčních zájmů soukromých provozovatelů médií. Habermasovo dnes už klasické schéma strukturální přeměny společnosti vychází z představy, že původní veřejná sféra (autonomní prostor mezi sférou soukromou a státní, oblast veřejné diskuse, která se formovala v období raného kapitalismu) se v rozvinutých průmyslových společnostech během 19. století přeměnila ve funkčně oslabenou veřejnou sféru.⁶⁵ Ta byla zbavena své autonomie a je kontrolována těmi, kdo mají ekonomickou a politickou moc.

Občané se v tomto konceptu nepodílejí na veřejné debatě, jsou odsunuti do role pozorovatelů a formálních stvrzovatelů legitimizujících rozdělení politické moci. Média se na daném stavu podílejí tím, že procesy příslušející veřejné sféře přebírají a strhávají na sebe.⁶⁶ Peter Dahlgren to vysvětluje takto: *„Klíčovými partnery státu se stávají velké organizace a zájmové skupiny. Výsledkem je ‘refederalizace’ společnosti, která do značné míry ruší roli veřejnosti. Sílicí nadvláda masových médií, zvláště tam, kde komerční logika transformovala většinu veřejné komunikace do public relations, reklamy a zábavy, rozkládá kritickou funkci veřejnosti. Veřejnost se fragmentizuje, ztrácí svou společenskou soudržnost. Je redukována na*

⁶¹ FAIRCLOUGH, N. *Media Discourse*, s. 184.

⁶² THOMPSON, J.B. *The Media and Modernity*, s. 85.

⁶³ JIRÁK, J. *Medializace jako strašák politiky*. Text přístupný na [www adrese http://veda.fsv.cuni.cz/konf_sem/globalni_svet/GS_prispevky/gs_med_jirak.htm](http://veda.fsv.cuni.cz/konf_sem/globalni_svet/GS_prispevky/gs_med_jirak.htm).

⁶⁴ HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*, s. 79.

⁶⁵ Habermasův koncept strukturální proměny veřejnosti byl často kritizován hlavně za tuto ahistorickou idealizaci stavu a role veřejnosti před proměnou, která nemá přesvědčivou podporu v realitě.

⁶⁶ JIRÁK, J. *Sametová inkvizice : podíl médií na konsolidaci moci v epoše postsuverénních států*. Text přístupný na [www adrese http://veda.fsv.cuni.cz/doc/jirak.doc](http://veda.fsv.cuni.cz/doc/jirak.doc).

*skupinu diváků, jejichž údělem je nechat se pravidelně mobilizovat, ale jejichž proniknutí do základních politických otázek je redukováno na minimum.*⁶⁷

S ještě větším despektem se k současné roli médií vyjadřuje McNair, který se domnívá, že službu veřejnosti nahradil hon za ziskem. *Výrobci zpráv (...) byli nuceni orientovat se stále více a více na sledovanost a podřídít novinářský závazek informovat závazku dodávat zábavu, který je k publiku daleko vlídnější. Výsledkem těchto tlaků byla exploze infotainmentu – žurnalistice, v níž zábavní hodnoty převládají nad informativním obsahem a jsou předváděny na dostatečně nízké intelektuální úrovni, aby byly přitažlivé pro masové publikum,* poznamenává McNair⁶⁸.

Někteří autoři (Bourdieu, Habermas, McNair, Fairclough, Bělohradský, Hendersonová) tento stav vnímají jako krizi politiky a veřejné sféry, další skupina (např. Mazzoleni a Schulz) jako vzájemné přizpůsobování politické a mediální komunikace. Zatímco Habermas nabízí myšlenku vzniku “pseudoveřejné sféry”⁶⁹ a degenerace veřejného života v pouhé předvádění veřejného života, Mazzoleni a Schulz uvažují o medializované politice jako o “*politice, která ztratila svou autonomii a stala se ve svých ústředních funkcích závislá na masových médiích a stále více tvarovaná interakcí s masovými médii*”⁷⁰. Dodávají ale, že v evropských zemích se mediální a politické systémy drží vzorců, které je chrání před přílišným vlivem toho druhého.

2.3.1 Televize: zlo, nebo obětní beránek?

Stížnosti, týkající se spojení zábavy a politiky, jsou obvykle směřovány na určité médium a určitý žánr. Obětním beránkem se obvykle stává televize, protože je nejvíce spojována se zábavou. Soundbites, bezprostřednost, symbolismus, emoce nebo přítomnost celebrit jsou považovány za důkaz, že televize nabízí infotainment namísto seriózních informací, smysluplné debaty a seriózních názorů, které občané potřebují k tomu, aby politika dostala smysl. Nechtěným produktem je pak občanství, které je neinformované, zavádějící a manipulované, přesto však naprosto sebejisté ve svých úsudcích a volbách.⁷¹

Proti těmto názorům lze ale postavit argument, že vliv televize bývá přeceňován, zvláště ve srovnání s ostatními vlivy na občany, jako je rodina, vrstevníci, vzdělání a práce.

⁶⁷ DAHLGREN, P. *Television and the public sphere : citizenship, democracy, and the media*, s. 8.

⁶⁸ MCNAIR, B. *Journalism and Democracy : an evaluation of the political public sphere*, s. 4.

⁶⁹ HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*, s. 192.

⁷⁰ MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. „Mediation” of Politics : a Challenge for Democracy?. In *Political Communication*, s. 250.

⁷¹ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 11.

Přesto přetrvává názor, že televize škodí „správné“ demokracii, nejrozšířenějším akademickým, politickým a novinářským stanoviskem při zkoumání současné politické komunikace. Tento názor jako by říkal: existují jen dva druhy lidí – ti, kteří rozeznali, jak špatná televize je, a ti, kteří se stali obětí jejích manipulativních praktik. Poctivý občan se tedy musí povznést nad televizi, aby se stal „dobrým občanem“. Názor na škodlivost televize se stal jakýmsi znakem dobrého občanství, stejně jako „dobrý vkus“ slouží jako ukazatel určitého kulturního kapitálu. *Výsledkem je (znovu)vytvoření politické elity, jejíž členové jsou úplně odlišní od běžného občana. Zatímco autoři, věnující se škodlivému vlivu televize, jsou nepochybně hnáni opravdovým strachem o vitalitu demokracie, jejich argumenty ve skutečnosti vytvářejí autoritářské rozdělení mezi elitami a masami, nebo přinejmenším navrhuji, že demokracie bude lepší, pokud budou masy jednat jako elity,* dodává Bourdieu⁷².

2.3.2 Politická celebrita (osobní a politické)⁷³

Pojem celebrita je poměrně nejednoznačný. Jednou z nejnámějších je definice Daniela Boorstina, kterou cituje Turner⁷⁴: „*celebrities are famous simply for being famous*“ – celebrity jsou slavné díky svojí slávě. Předchůdci dnešních celebrit by mohli být hrdinové, kteří věhlasu dosahovali svými činy. Ty jim zajistily slávu, která tehdy ještě nepotřebovala masová média – stačilo ústní nebo písemné podání. O jejich činech se ale dozvěděly často jen vybrané skupiny lidí (vládnoucí kasta, obchodníci atd.).

S příchodem knihtisku se mohly informace o hrdinech šířit v nezkraslené podobě. Dnešní celebrity pak už média bezpodmínečně potřebují pro svoji existenci. Turner⁷⁵ se domnívá, že ohnisko vzniku celebrit lze nalézt na začátku 20. století, kdy v USA vznikl filmový průmysl. Další varianta celebrity se objevuje v 90. letech dvacátého století v souvislosti s fenoménem „reality TV“, kdy je vybraným jedincům věnován sledovací čas, během kterého musejí zaujmout publikum podle svých představ. V procesu komercializace, který s fenoménem celebrit souvisí, se pak ze známých osobností stávají prodejní značky.

⁷² BOURDIEU, P. *Distinction : a social critique of the judgment of taste*.

⁷³ Ještě před zkoumáním politických celebrit je třeba vysvětlit několik pojmů, které se přímo týkají politických celebrit: je to personalizace a popularizace. Popularizace se týká toho, jak si politika a politická komunikace vypůjčují kódy z populární kultury. Patří sem například přítomnost populárních témat, využívání populárních vyprávěcích a audiovizuálních prostředků a přítomnost publika.

Personalizaci zase vymezuje zaměření na politické osobnosti více než na politická témata. Ke znakům personalizace patří: zaměření na lídry stran, zvýšený důraz na individuální politické pravomoci, zvýšený zájem o osobní život politiků (privatizace) a zvýšený zájem o osobní příběhy a emoce. Van Zoonen identifikuje personalizaci a popularizaci jako dva znaky televizního politického zpravodajství. V odborné literatuře je personalizace často spojována s negativními konotacemi, protože se předpokládá, že odvrací pozornost od důležitějších témat (od politických problémů, stran a programů k osobnosti politiků).

⁷⁴ TURNER, G. *Understanding Celebrity*, s. 5.

⁷⁵ TURNER, G. *Understanding Celebrity*, s. 12.

Éra elektronických médií nepřinesla jen celebrity rekrutované „z lidu“, ale i změnu vystupování politiků a změnu chápání jejich rolí. Někteří autoři se domnívají, že se z politiků stal jistý druh celebrit – tedy osob, které nejsou známy ne tolik pro své vlastnosti a zásluhy, ale protože jsou slavné.

Když John Street srovnává politiku a populární kulturu, poznamenává, že pro politiky „je politika, stejně jako populární kultura, o vytváření publika – lidí, kteří se budou smát jejich vtípům, rozumět jejich strachům a sdílet jejich naděje. Populární kultura i politici se zabývají tvorbou fikce, která zobrazuje svět, který je pro lidi věrohodný a rezonuje s jejich zkušenostmi.“⁷⁶ Podle Streeta politici k vytváření těchto fiktivních světů používají stejné nástroje jako populární kultura. Street tedy v podstatě odmítá tezi, že by hlavním viníkem spojení mezi politikou a zábavou byla výhradně elektronická média.

Podobně Jones připomíná dlouhou historii spojení zábavy a politiky. Politika a drama jako takové měly vždycky zábavnou hodnotu. Politici jsou podle Jonese herci a jejich úspěch závisí na rétorických a předváděcích schopnostech. „Politika (tak, jak je praktikována) je stále více vyráběna skrz a pro diváky médií, a proto rozdělení mezi médii a politikou už neexistuje.“⁷⁷

A například podle Neila Postmana⁷⁸ se střety politiků proměnily v arénu, kde politici figurují jako herci a voliči představují bavící se publikum – střety politiků sloužící zábavě publika daly vzniknout termínu *confrotainment*⁷⁹.

Kvůli novým technologiím jako jsou internet, satelitní a kabelová televize nebo digitální záznamová zařízení, je dnes publikum menší a více roztržité a je také schopné mít větší kontrolu nad tím, jaké informace přijímá. Proto je nutné ho co nejrychleji a nejefektivněji zaujmout, ideálně skrze pořady zábavného typu. Kódy a konvence zábavních žánrů ale zvyhodňují osobnosti před procesy, psychologické motivy před strukturami síly a osobní výkonnost a rozhodnost před abstraktními sociálními záležitostmi. „Politik“ jako individuální osobnost vyhovuje těmto kulturním požadavkům více než „politika“ jako abstraktní pojem. Navíc televize jako vizuální médium dává přednost zaměření na tváře než na abstraktní politické argumenty.

Osobnost politika se musí hodit do obrazu „Politika“, který mají různá publika, ale také do představy, kterou lidé mají o známé osobnosti.⁸⁰ Politici se musejí přizpůsobovat

⁷⁶ STREET, J. *Politics and Popular Culture*, s. 60.

⁷⁷ JONES, J.P. *Entertaining politics: new political television and civic culture*, s. 8.

⁷⁸ POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti. Veřejná komunikace ve věku zábavy*.

⁷⁹ HOFFMANOVÁ, J., ČMEJRKOVÁ, S. *Jazyk, média, politika*, s. 80.

⁸⁰ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 69.

požadavkům různícím se na politickém a na kulturním poli, aby si zachovali svůj status ve světě ostatních politiků a zároveň udrželi svou důležitost v každodenním kulturním životě. Politika se tak stala mnohem více osobní, což potvrzuje i Richard Sennett v knize *The Fall of Public Man: Společnost vnímáme jako „smysluplnou“, pouze když ji převedeme do velkolepého duchovního systému. Můžeme chápat, že prací politika je navrhovat a vykonávat legislativu, ale tato práce nás nezajímá, dokud si nevšimneme osobního dramatu v politickém boji. O politickém lídrovi ucházejícím se o úřad se mluví jako „důvěryhodném“ a „legitimním“ (...) místo toho, aby se mluvilo o aktivitách nebo programech, které reprezentuje.*⁸¹

Osoba politika jako jednotlivce je v současném mediálním světě důležitá z několika důvodů. V stále rostoucím poli zábavných textů a obrazů, nabízí individuální vystoupení politika zkratku k informacím, které lidé potřebují ke svým politickým rozhodnutím. Různí političtí psychologové označili – co se týče shromažďování informací – občany za jakési skrblíky, kteří hledají způsob, jak minimalizovat čas a úsilí potřebné k získání informací o politických problémech (např. Iyengar a McGuire⁸²). V kultuře zábavy musí být tato zkratka stručná, ale také uspokojivá.

John Corner⁸³ píše o třech jevištích, na kterých politici musejí vystupovat. Je tu jeviště politických institucí a procesů, kde se představení týká vývoje politických programů a politik, vyjednávání atd. Pak je tu jeviště soukromého života, na kterém politici ukazují své preference, kulturní vkus, rodinný život a přátele, což vytváří spojitost se světem celebrit. Třetím jevištěm je jeviště veřejnosti a popularity, kde je vystoupení nejvíce explicitní. Zde se širokému publiku předvádějí kvality z politického a osobního života. Toto jeviště je nejširší, protože se zde politik musí přizpůsobit mnoha různým žánrům. Patří sem politické projevy před živým publikem, setkávání s občany, návštěvy škol a nemocnic, internetové diskuze, televizní debaty s občany a politickými oponenty, rozhovory s novináři, krátké výroky pro zpravodajské pořady, ale i přátelštější a emotivnější povídání s moderátorem talk show nebo „odhalování“ sebe sama v dokumentech.

Vystoupení a obraz politika pak musí být na různých jevištích konzistentní, protože pokud něco zničí dobrý herecký výkon, je to odhalení toho, že jde pouze o herecký výkon.

⁸¹ SENNETT, R. *The Fall of Public Man*, str. 4.

⁸² IYENGAR, S., MCGUIRE, W. *Exploration in political psychology*,

⁸³ CORNER, J. Mediated persona and political culture. In *Media and the Restyling of Politics*, s. 66-84.

Nejlepší řečník by neměl být považován za řečníka, takže paradoxně to, co politik musí na různých veřejných a kulturních jevištích předvádět, je autenticita.⁸⁴

Zatímco dříve se obecnstvo ovlivňovalo na místě, podobném jevišti, dnes se politici spíše snaží o to, aby se s nimi jejich obecnstvo ztotožnilo pomocí melodramatu, který se k lidem dostane zprostředkovaně – skrze televizní a počítačové obrazovky, stránky novin nebo reproduktor rádia. John Street v knize *The celebrity politician*⁸⁵ dokonce tvrdí, že politika je soap opera. Ať už přirovnáváme politiku k vystoupení na jevišti nebo k melodramatu v televizi, v obou případech je politik přirovnáván k herci, který představuje určitou osobu, sebe, jak chce, aby ho viděli druzí. V době televizní zábavy tato osoba nemůže zahrnovat jen politickou historii a témata a zájmy, ale i prvky kultury celebrit.

Jakou škodu na veřejném image mohou udělat nevhodně zvolená slova, se přesvědčil v roce 2004 John Kerry. Během své prezidentské kampaně prohlásil: „*Víte, pokud studujete opravdu hodně a tvrdě, pokud děláte domácí úkoly a snažíte se být chytrí, vaše vzdělání bude dobré. Pokud není, zůstanete trčet v Iráku.*“ Kerry ve skutečnosti narážel na prezidenta Bushe a myslel spíše: Víte, co se stane, když nebudete studovat a budete intelektuálně líní (jako prezident Bush)? Skončí to tak, že necháte nás (tj. obyčejné Američany) trčet v Iráku. Jen se zeptejte prezidenta Bushe.⁸⁶

Kerry tedy neurážel americké vojáky s tím, že jsou hloupí, a proto skončili ve válce v Iráku. S ohledem na Kerryho minulost coby veterána z vietnamské války a na Bushovu obecnou pověst hlupáka nebylo tak těžké vyložit si jeho slova správně. Republikánům v čele se samotným Bushem však vyhovovalo podporovat nesprávnou interpretaci Kerryho slov. Zajímavé je, že všechny tři hlavní televizní sítě (CBS, NBC a ABC) ve svém zpravodajství informovaly o tom, že Kerry urazil muže a ženy bojující za Ameriku. Ten samý den vojáci, o kterých se hovořilo, přestali na požadavek iráckého premiéra Malíkiho pátrat po svém zmizelém kolegovi. Tato zpráva ze „skutečného“ života mužů a žen bojujících za Ameriku ale mohla počkat, protože John Kerry údajně řekl nevhodný vtip.

Že se novináři naučili velmi rychle pracovat s pojetím politika coby celebrity, si všímá i Peterson: *Problém zpráv v jejich tradičním pojetí je to, že jsou jen popisem jedné události a pak popisem druhé události. Tím, že postrádá souvislost a stále dopředu se ženoucí kontinuitu soap oper, nabízí skutečný svět málo důvodů, které by diváky lákaly „připojit se i zítra“.*⁸⁷

⁸⁴ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 74-75,

⁸⁵ STREET, J. *The celebrity politician : Political style and popular culture*. In *Media and the restyling of politics*, s. 85-99.

⁸⁶ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 64.

⁸⁷ *Ibid.*, s. 63.

Řešením (zvláště pro kabelové zpravodajské stanice, které potřebují udržet divákovu pozornost 24 hodin denně) je podle Petersona přeměnit syrovou realitu na seriál. Jedním se způsobů, jak toho dosáhnout, je vyzvednutí prvků dramatu – podezření, konflikt, sex a násilí. Dalším způsobem je pak zjednodušení osobnosti politika (u nás například Mirek Topolánek prezentovaný jako bodrý Valach, v americké politice Hillary Clintonová, které média přisuzují úlohu ledové královny). I výše zmíněný „nepovedený“ vtip Johna Kerryho se dočkal tak masivní odezvy u médií pravděpodobně proto, že zapadal do šablony, kterou už média o Kerryem vytvořila – rétoricky málo schopný politik stavící se proti válce v Iráku. Dobře známého obrazu Kerryho coby nudného patrona a špatného řečníka se držely i talk show, například Conan O'Brien ve svém úvodním monologu reagoval takto: „*Senátor John Kerry má problémy, protože vtipkoval o tom, že vojáci jsou nevzdělaní. Výsledkem je, že Kerry slíbil, že přestane dělat vtipy a vrátí se k nudění lidí.*“⁸⁸ Výjimku udělala jen Stewartova *The Daily Show*, která se snažila poukázat na disproporci pozornosti, kterou média věnují Kerryho poznámce a stažení amerických vojsk z města Sadr.

Jakkoli zosobnění politiky nemusíme brát jako zdravý trend v žurnalistice, z pohledu baviče je to jednoznačně pozitivní posun. Na adresu politiků se mohou pronášet vtipy bez toho, aby se komik musel vyjadřovat k politice samotné a riskoval tím ztrátu diváků. Peterson upozorňuje: *Krása toho, pracovat jen s (mediálně vytvořenou, pozn. aut.) „postavou“ je, že v proudu nejnovějších událostí tvoří konstantu, na kterou se lze spolehnout. (...) Večer za večerem, vtip za vtipem, baviči v late night shows dělají vše pro to, aby ti nejméně informovaní diváci dostali svou údernou průpovídku: Ted' přijde vtip o Billu Clintonovi – nevím, co dnes dělal, ale vsadím se, že to má co do činění se sexem!*⁸⁹

2.3.3 Politika rozptylování

Fenoménu politických celebrit si všímá i Timothy Weiskel, který poznamenává, že sice nejde o jev nový, ale nelze si nevšimnout, že v posledních letech nabývá na síle a ovlivňuje politickou komunikaci v USA. Podle Weiskela jsme nyní svědky toho, jak politické celebrity slouží politice rozptylování („politics of distraction“), *strategie vyvinuté k tomu, aby se veřejnost nedozvěděla, co bylo spácháno v jejím jméně a za dolary z jejích daní*⁹⁰. Pozornost veřejnosti je podle této teorie odvedena od důležitých témat k banálnostem.

⁸⁸ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 66.

⁸⁹ PETERSON, R.L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke*, s. 66-67.

⁹⁰ WEISKEL, T.C. From Sidekick to Sideshow – Celebrity, Entertainment, and the Politics of Distraction : why Americans Are „Sleepwalking Toward the End of the Earth“. In *American Behavioral Scientist*, str. 393.

Weiskel poznamenává, že v tomto případě jsou možná více zranitelné rozvinuté demokracie s rozvětveným komunikačním systémem. Mladé demokracie, kde lidé museli bojovat za to, aby mohli svobodně vyjadřovat své názory a volit, jsou více pozorné k tomu, aby diváci nebyli ovlivňováni médii. Naproti tomu v Americe v posledních letech triumfovala politika rozptylování tím, že obecnost přijala národní politiku jako formu zábavy.

Podle Weiskela k výše zmíněnému přispěl velkou měrou bývalý prezident George W. Bush, přičemž popisuje cestu od Bushe-governéra Texasu k Bushovi-politické celebritě. Syna bývalého prezidenta Bushe staršího jeho mediální poradci stylizovali do role jakéhosi „veselého křupana“ (Weiskel používá výraz „Happy Hick“) – nemluvného, dobrosrdečného, smějícího se kovboje z Texasu – a to navzdory tomu, že Bush mladší se narodil v Connecticutu a neumí jezdit na koni. Tato představa byla pevně vsazena do myslí občanů.

Podle Weiskela lidé rádi přijali představu, že Bush se do této role jen stylizuje, protože jim bylo zatěžko uvěřit, že by byl tak hloupý, jak zní, vypadá a jedná. V tom byla Bushova stylizace bezmála geniální. Málokdo věřil, že George Bush opravdu je kovboj, na kterého si snaží hrát, občané raději akceptovali fakt, že si na hloupého kovboje jen hraje, než aby čelili faktu, že jím doopravdy je. Bushova role byla přijata jako představa o vůdcovství ve scénáři, který lidé považovali za rozptylující nebo dokonce zábavný. Dokonce i prezidentovy hloupé výroky a přeřeky (tzv. „bushismy“) přispívaly k jeho obrazu „veselého křupana“. Bushovi se podařilo tak snížit nároky, které Američané mají na svého prezidenta, že začal být omlouván výroky jako „*No, nebylo to tak zlé, jak to mohlo být*“ nebo „*Myslíte, že tohle bylo zlé? To jste ho měli vidět, když...*“.⁹¹

Tím, že se Bush znovu a znovu objevoval v roli „veselého křupana“, redukoval domácí politiku na jakousi vedlejší atrakci, která měla občany zabavit, zatímco se děla „velká“ rozhodnutí.

Weiskel dokonce naznačuje, že Bushova administrativa po událostech z 11. září 2001 využila atmosféry strachu ve společnosti a svou zahraniční politiku označila za „protiteroristickou“. Postupně ale vycházely najevo informace naznačující, že americká vláda plánovala útok na Irák ještě před teroristickými útoky – nehledě na to, že Al-Kaidá má sídlo v Afghánistánu a ne v Iráku a záminkou pro invazi do země byla údajná přítomnost zbraní hromadného ničení. Někteří autoři, např. M.C. Ruppert⁹², se domnívají, že pravým důvodem

⁹¹ WEISKEL, T.C. From Sidekick to Sideshow – Celebrity, Entertainment, and the Politics of Distraction : why Americans Are „Sleepwalking Toward the End of the Earth“. In *American Behavioral Scientist*, s. 401.

⁹² RUPPERT, M.C. *Crossing the Rubicon: The decline of the American empire at the end of the age of oil*.

invaze do Iráku byla americká snaha ovládnout ropné zásoby na Středním východě a v Kaspickém moři.

2.3.4 Spojení mezi fanouškovstvím a občanstvím

Pokud přijmeme politika coby celebrity, můžeme podle Van Zoonenové mluvit i o jeho fanoušcích, nikoli jen o občanech. Fanouškovství a občanství je kladeno do protikladu – pasivní fanoušek versus aktivní občan. Příznakem dobrého občanství mají být politické aktivity: dobrý občan se má věnovat problematice veřejného sektoru, zabývat se názory odborníků a diskutovat o nich se svým okolím, v těchto diskusích být aktivní nebo přijímat zodpovědnost za své okolí. Fanoušci se obecně popisují jako slepí následovatelé svých hrdinů, ochotni bez kritiky akceptovat cokoli je jim nabídnuto.⁹³ Fanouškovství je přesto založeno na psychologických mechanismech, které jsou podobné jako zapojení se do občanské politiky: obojí se týká oblasti fantazie a představivosti na jedné straně a emocionálního procesu na straně druhé.

V každodenní politické praxi jsou emoce ritualizovány v charakteristických politických ceremoních, které připomínají chování fanoušků více než chování občanů. Příkladem mohou být například tzv. volební noci, které jsou koncipovány jako dramatická divadelní vyvrcholení volební cesty s ohlušující hudbou, která ještě zvyšuje očekávání a vytržení. Když dorazí lídr strany, obraz křičícího a podporujícího davu není tak odlišný od říčení fanoušků pokřikujících na svého oblíbeného sportovce nebo filmovou hvězdu.⁹⁴ Důležitost takovýchto rituálů je evidentní: vůdci strany, její aktivní členové a – skrze televizní obrazovku – také pasivní členové stran a voliči jsou spojeni radostí nebo smutkem, čímž se posilují citová pouta ke straně.

Spojení médií a politiků coby celebrity dosáhlo vrcholu pravděpodobně v argentinské reality show *The People's Candidate*, ve které si diváci po vzoru soutěže *Pop Idol* (u nás známé jako *Česko hledá superstar*) mohli zvolit své kandidáty do kongresových voleb v roce 2003. Soutěž byla koncipována jako série politických talk shows doplněných o krátké reportáže z každodenního života kandidátů. Pořad ale neměl velkou sledovanost a byl záhy zrušen. Důvod pro takový neúspěch nebyl znám, ale pravděpodobně to bylo jeho výše zmíněným konceptem, který nebyl dostatečně spektakulární a vzrušující. V USA zvažovala televizní síť FX, divize společnosti Fox, podobný projekt – *The American Candidate* by

⁹³ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 60-61.

⁹⁴ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 64.

odstartoval na internetu, odkud by nejúspěšnější soutěžící postoupili před profesionální porotu. FX projekt zrušila, protože by údajně byl příliš drahý a logisticky náročný.⁹⁵

Van Zoonenová se nedomnívá, že zábava by měla být striktně oddělena od politiky nebo vnímána jako negativní prvek. Žánry populární kultury již prokázaly, že jsou velmi úspěšné ve vytváření krátkodobých i dlouhodobých fanouškovských komunit (jednou z nejživotnějších je například komunita tzv. trekkies, fanoušků Star Treku). Takové chování bylo vždy přirozeným rysem chování publika, dokonce dlouho před žánry vyžadujícími aktivní zapojení diváků a interaktivními technologiemi, které toto chování zintenzivnily. Jelikož fanouškovské komunity a politické voličstvo jsou si v mnoha základních rysech podobné, je jasné, kde spočívá důležitost populární kultury pro politiky – v emocionální povaze voličů, která se týká vytvoření a zachování citových pout mezi voliči, kandidáty a stranou.

Otázkou však je, zda a jakým způsobem by si politici měli vypůjčovat prvky populární kultury, aby tento vztah vytvořili a aby se občanství stalo zábavným. Jednoduché spojení zábavy a politiky tak, jak to předvedl *The American Candidate*, nebude podle Van Zoonenové fungovat, protože pouze uměle napodobuje voličský proces. Účinnější by bylo využít principů, na kterých populární kultura vytváří fanouškovské komunity, aby se vytvořilo obrovské publikum, ochotné do politiky emocionálně investovat.

2.3.5 Osobnosti populární kultury coby politické celebrity

Pro Johna Streeta⁹⁶ nepředstavuje pojem „politická celebrita“ jen politika, který využívá prvky kultu celebrit k tomu, aby potvrdil svou hodnotu jako vůdce, který má právo reprezentovat lid. Jako politickou celebritu Street vnímá i hvězdy populární kultury, které se vyjadřují k politice (herečka Jane Fondová, zpěvák skupiny U2 Bono Vox) nebo se do politiky zapojují (Arnold Schwarzenegger, Ronald Reagan, Clint Eastwood).

Pro tento druh politických celebrit (Street ho pracovníě nazývá *celebrity politician 2*, CP2) jsou typické následující vlastnosti. Za prvé: využívají svůj status a médium, ve kterém pracují, k tomu, aby se vyjádřili k různým problémům s vyhlídkou toho, že ovlivní politické výsledky. To zahrnuje mnoho hvězd showbusinessu, které podepisují petice proti vojenské intervenci v Iráku, nebo využívající jiné způsoby, jak ukázat své politické názory (Tim Robbins, Susan Sarandon, Robert Redford, Bruce Willis, Cher, Madonna, Chris Martin aj.).

⁹⁵ ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*, s. 57.

⁹⁶ STREET, J. The celebrity politician : Political style and popular culture. In *Media and the restyling of politics*.

Za druhé: tyto politické celebrity jsou brány vážně. Dokazuje to mediální pokrytí jejich výroků k politice, zájem samotných politiků (např. ochota ke společným setkáním) a podpora publika, projevující se například v ochotě finančně přispět na vyřešení problému, kterým se celebrita zabývá (např. série koncertů Live Aid). Jsou vlastnosti, kde se oba druhy politických celebrit překrývají. Liší se ale v tom, jak jsou jejich práva reprezentovat chápána a legálně odůvodněna.

Proti typu CP2 hovoří fakt, že filmové, sportovní či hudební celebrity nemají žádnou kompetenci reprezentovat občany. Tato výtku je založena na rozdělení mezi triviálním (zábava) a vážným (politika) a obavách, že druhé bude infikováno prvním. To bylo také jednou z obav Neila Postmana: „*Naše politika, náboženství, zprávy, atletika, výuka a komerce byly transformovány do příjemných přívěšků show businessu.*“⁹⁷ Podle Postmana začaly vystoupení a image dominovat politice a v takovém případě je politika jako taková oslabena. V takovém světě se nelze rozhodnout, *který kandidát je lepší než ten druhý, pokud slovem „lepší“ myslíme takové věci, jako je větší schopnost vyjednávat, větší představitost při vedení týmu.*⁹⁸

Tento druh politických celebrit jen dále potvrzuje silné propojení mezi světem politiky a kultury. Z celebrit se stávají politici, z politiků celebrity a z voličů fanoušci. Darrel West a John Orman se domnívají, že pokud se tento trend nezastaví, *občané by mohli čelit politickému souboji mezi basketbalovým a fotbalovým hráčem nebo komikem a rockovou hvězdou nebo hvězdou filmu a hvězdou televizního sitcomu. Volby jsou klíčovým procesem, kterým se uskutečňuje reprezentativní demokracie. (...) My všichni si zasloužíme lepší výběr než ten, který nám v současné době nabízí režim založený na politice celebrit.*⁹⁹

Hvězdy populární kultury mají při vstupu do světa politiky výhodu v tom, že už jsou obeznámeny s tím, jak zacházet s obrazovým médiem. Televize nabízí jistou míru intimity, díky detailním záběrům na obličej nebo diskuzím typu „jeden na jednoho“ nabízí mnohem lidštější obraz politika. Aby politik uspěl ve světě televize, musí znát zákonitosti tohoto média. Jak píše Thomas Meyer, *pokud demokracie není nic jiného než uzákonění té nejvíce úspěšné formy komunikace, tak mistr v oboru komunikace je ten nejlepší demokrat, a to bez žádného úsilí. A pokud autentická řeč těla je tou nejúspěšnější komunikací v zábavě, pak*

⁹⁷ POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti. Veřejná komunikace ve věku zábavy*, s. 4.

⁹⁸ POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti. Veřejná komunikace ve věku zábavy*, s. 137.

⁹⁹ WEST, D. ; ORMAN, J. *Celebrity politics*, s. 119.

„aktovkovi“ politici s jejich institucionálními procesurami a dlouhodobými argumenty mohou okamžitě opustit své funkce.¹⁰⁰

2.3.6 Na obranu politických celebrit

Street poznamenává, že ani jedna z forem politických celebrit (politici coby celebrity, hvězdy populární kultury coby politici) není nová, a tudíž nemusí být důsledkem sociálních nebo politických změn. Existuje tradice respektovaných a oslavovaných ne-politiků, kteří přispívali do politické debaty, a také tradice mediálního zobrazování politických osobností. Oběma typům celebrit pomohl rozvoj fotografie a především filmu. Filmové hvězdy jako Douglas Fairbanks, Mary Pickfordová a Charlie Chaplin pomohly „prodat“ první světovou válku americkému publiku, které ji do té doby vnímalo jako pouze evropský problém. Válka byla komodita, kvůli jejímuž prodeji se spojili umělci a politici.¹⁰¹

Samotná účast politiků v talk shows za účelem zviditelnění se a získání sympatií publika také není novinkou posledních let. V roce 1992 se budoucí prezident Bill Clinton objevil v *The Arsenio Hall Show*. Na očích měl černé sluneční brýle a v ruce saxofon, na který zahrál přihlížejícím hostům. Kritici si tehdy stěžovali, že takové vystoupení není hodné úřadu, o který se Clinton uchází, a že stírá hranici mezi politikou a zábavou. Což mohla být pravda, ale ani u tohoto saxofonového vystoupení se nejednalo o novou zkušenost. V roce 1963 se krátce poté, co prohrál boj o křeslo kalifornského guvernéra, objevil Richard Nixon v *The Jack Paar Program*. Nixon vedl s moderátorem Jackem Paarem humorný rozhovor a poté zahrál svou vlastní skladbu na piano.

Poukázat lze také na klasické umění politické rétoriky, způsobů a techniky projevu určených k přesvědčení publika. Ve starověkém Řecku se touto metodou zabývali hlavně sofisté, kteří učili rétoriku a psali projevy. Základem společenského úspěchu tehdy bylo zvládnutí veřejného projevu, politik byl ve starověkých Aténách označován stejným slovem jako řečník: *rhétór*. Na nutnost schopnosti prodat své (někdy neexistující) kvality upozorňoval také Machiavelli: *Pro vládce není nutné mít všechny dobré vlastnosti, které jsem vyjmenoval, ale je opravdu nutné, aby se zdálo, že je má. A odvážím se říci, že mít je a vždy je ukazovat je škodlivé – ale že vytváření zdání, že je má, je pro vládce užitečné.*¹⁰²

Machiavelliho poznámka ukazuje, že spojení osobnosti a „hereckého“ vystoupení není ani nové, ani nemorální. Co se ale změnilo v moderní době kultury zábavy, jsou okolnosti, za

¹⁰⁰ MEYER, T. *Media Democracy: How the Media Colonise Politics*, s. 79.

¹⁰¹ STREET, J. The celebrity politician : Political style and popular culture. In *Media and the restyling of politics*, s.

441.

¹⁰² In CORNER, J. *Media and the Restyling of Politics.*, str. 68

kterých se politická vystoupení uskutečňují. Od veřejného shromáždění se politici přesunuli do masových médií.

Street dále poznamenává, že personalizace politiky je jedním ze znaků toho, že z politiky se stává marketing – na trhu voličů se pohybuje řada stran, která o voliče usiluje různými marketingovými prostředky, a jedním z těchto prostředků je právě politická celebrita. Jak už bylo zmíněno, zábavným formátům vyhovuje spíše politik jako jednotlivec – a skrze zábavné formáty je poměrně snadné „prodávat“ svou stranu zákazníkům (voličům). Podle Streeta to není nutné vnímat negativně: úspěšné strany jsou jednoduše jako úspěšní podnikatelé.¹⁰³

Bránit politické celebrity tedy lze poukázáním na historii tohoto jevu nebo změnou úhlu pohledu, což ale nereaguje na základní body, o které se mnozí kritici opírají: nadměrná pozornost věnovaná image, která odvádí pozornost od důležitých problémů a témat a také od vlastností, jako je vůdcovská schopnost nebo schopnost vyjednávat, a nedůležitost kvalifikace politických celebrit – není důležité, jestli je celebrita dobrým politikem, důležitá je empatie a sympatie publika. To, že můžeme vznik politických celebrit vysvětlit mediálními trendy, neospravedlňuje jejich existenci.

¹⁰³ STREET, J. The celebrity politician : Political style and popular culture. In *Media and the restyling of politics*, s. 441.

3. Představení pořadu *Uvolněte se, prosím*

Talk show *Uvolněte se, prosím* vysílá Česká televize od 19. listopadu 2004. Pořad se velmi rychle etabloval na českých televizních obrazovkách a v září roku 2009 odvysílal už svůj dvoustý díl. Jedná se o českou verzi amerických late night shows, především pak pořadu Davida Lettermana. Podoba se zámořskými předchůdci je téměř dokonalá. *Stejný stůl, noční město v pozadí, podobná klubovka po levé straně a ještě víc vlevo – mimo záběr – kapela, co čas od času poslouží moderátorovi k pošťuchování. Píše-li se v charakteristikách pořadu „Uvolněte se, prosím“, že se inspiroval slavnou Late Night Show, jde o stejně brutální eufemismus, jako kdyby překladatel Pavel Medek přeložil Harryho Pottera a prohlásil, že napsal další knihu, k níž ho inspirovala paní Rowlingová, vyčítá pořadu Milan Tesař¹⁰⁴.*

3.1 Role moderátora

Základem pořadu ovšem není kulisa, ale moderátor Jan Kraus, který vede neformální a odlehčený hovor se známými osobnostmi z oblasti politiky, kultury nebo sportu nebo s lidmi se zajímavou profesí nebo koníčkem. Bývá mu vyčítán místy poněkud zlý humor, kdy například škodolibě trvá na odpovědi k nepříjemné otázce, na kterou host nechce odpovědět. Druhou výtkou proti němu bývá neobjektivita – některé z hostů tzv. „vykoupe“, jiné naopak nechá hovořit ve svůj prospěch (např. Helena Vondráčková a její spory s některými bulvárními médii).

Výběr Krause se nicméně ukázal být pro pořad zásadním krokem, protože v českém prostředí nemá konkurenci. Komerční televize Nova vysílá talk show *Mr. GS*, který moderují komici Michal Suchánek a Richard Genzer, televize Barrandov zase vysílá satirickou Politickou střelnici se Zuzanou Bubílkovou (nicméně v tomto případě se jedná o pořad zcela odlišného typu, který není postaven na rozhovorech s hosty a netočí se před živým publikem). Krausova popularita se rozšířila i na Slovensko, kde moderuje identickou show na televizi JOJ s názvem *Bez obáv, prosím!*

Vedle samotného moderátora se pořad *Uvolněte se, prosím* od svého amerického vzoru liší ještě ve dvou směrech. Za prvé: Netočí se naživo. Pořad se předtácel několik dní před uvedením v televizi v pražském divadle Ponec. Natáčení trvalo zhruba hodinu a půl, do televize se pak dostal zhruba čtyřicetiminutový sestřih. Za druhé: *Uvolněte se, prosím* se

104

TESAŘ, M. *Český Honza je bez konkurence*. Reflex, roč. 20, č. 53.

vysílal jen jednou týdně, kdežto americké late night shows se vysílají každý večer živě. To klade vysoké nároky na jejich moderátory, ale právě neodhadnutelnost příštích okamžiků zvyšuje jejich popularitu.

3.2 Struktura pořadu

Pořad byl americkým late night shows podobný i svou strukturou. Na začátku Kraus pronesl monolog, který se týkal některého z aktuálních témat. Následoval originální prvek *Uvolněte se, prosím*: Jan Kraus, už usazený za stolem, čte titulky bizarních zpráv nebo humorné texty (například testy typu „Když vám partnerka řekne toto, ve skutečnosti myslí toto...“). Následoval rozhovor s dvěma hosty z veřejného života (herci, zpěváci, režiséři, politici, moderátoři, sportovci atd.), většinou proložený hudebním vystoupením skupiny, jejímž zpěvákem je moderátorův syn David Kraus. Poslední host býval široké veřejnosti neznámý člověk, který například dosáhl kuriózního rekordu, choval exotická zvířata, měl výjimečné povolání nebo neobvyklé schopnosti.

3.3 Přesun na TV Prima

V květnu 2010 Česká televize oznámila, že pořad *Uvolněte se, prosím* nebude na jejích obrazovkách pokračovat. Informaci potvrdil i sám Kraus s tím, že důvodem je dlouhodobý nezájem a arogance ze strany ČT. „*Nemohlo mě to minout,*“ řekl serveru Novinky.cz moderátor Kraus. „*Navíc jde o tzv. televizi ‚veřejné služby‘, která by měla být výběrovou organizací. Podle mých zkušeností, je to přesně opačně. Arogance, nezájem, klid, koncese.*“¹⁰⁵ Zrušením pořadu tak vyvrcholily dlouholeté spory Krause s Radou ČT, kterou několikrát ve svém pořadu kritizoval.

Jan Kraus zpočátku odmítal možnost, že by se pořad přestěhoval na jinou televizi, nicméně televize Prima začala v září 2010, dva měsíce po odvysílání posledního dílu *Uvolněte se, prosím* na ČT, vysílat téměř identickou *Show Jana Krause*. Zachována byla jak struktura pořadu, tvůrčí tým, vysílací čas, tak prostředí divadla Ponec.

¹⁰⁵ Článek přístupný na www adrese <http://www.novinky.cz/kultura/201388-jan-kraus-konci-s-uvolnete-se-prosim-na-ct.html>.

4. Metodologie

4.1. Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum zahrnuje mnoho různých přístupů a metod, a přesně ho definovat je proto poměrně obtížné. Základní definici nabízí Anselm Strauss, který tvrdí, že za kvalitativní výzkum můžeme považovat *jakýkoliv výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace*.¹⁰⁶ Těmito slovy vlastně Strauss klade kvalitativní výzkum do protikladu k výzkumu kvantitativnímu, který je založen především na přesném určení počtu, rozměru, frekvence či dalších kvantitativních ukazatelů zkoumaného vzorku.

Kvalitativního výzkumu se využívá v mnoha různých akademických disciplínách, často v sociálních vědách, ale také v průzkumech trhu.¹⁰⁷ Úkolem tohoto druhu výzkumu je shromáždit podrobné informace o lidském chování a důvodech k tomuto chování. Kvalitativní výzkum se zaměřuje na zkoumání každodenního života lidí, jejich chování, vzájemných vztahů atd., tedy souborně sociální realitou. Zkoumá proč a jak, nejen co, kde a kdy. Z tohoto důvodu je často za potřebí sestavit menší a speciálně vybrané skupiny. Výstupem kvalitativního výzkumu jsou informace pouze v určitých případech, často se jedná jen o hypotézy. Tyto hypotézy pak mohou být ověřeny kvantitativním výzkumem. Výhodou kvalitativního výzkumu je, že vzniklá charakteristika nebo hodnocení odráží určitý stav skutečností a je tudíž těžko napadnutelná či vyvratitelná. Nevýhodou je relativně značná míra subjektivity při vytváření teoretických závěrů na základě interpretace a zobecnění popisovaných jevů.

4.1.1 Složky kvalitativního výzkumu

Každá kvalitativní metoda se skládá ze tří složek: sběru dat, analýzy nebo interpretace získaných dat a výzkumné zprávy. Během fáze analýzy dat získávají dané informace konkrétnější podobu, výzkumník přichází na to, že některé jevy se podobají jeden druhému a zdá se, že patří do jedné kategorie. Na tomto místě musí badatel dobře rozlišovat mezi snadno zaměnitelnými *kódy* a *kategoriemi*. Kódy jsou vazby mezi daty a kategoriemi, samotným cílem kódování je označit jednotky textu, které se váží k určité kategorii. Cílem badatele je vytvořit z rozsáhlého a nesourodého souboru

¹⁰⁶ STRAUSS, A.; CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*, s. 10.

¹⁰⁷ DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. *The Sage Handbook of Qualitative Research*.

dat několik jednodušeji zkoumatelných skupin jevů. Závěrem každé kvalitativní analýzy je pak výzkumná zpráva.

4.1.2 Výzkumná otázka

Na počátku každé vědecké práce by měl být vyjasněn její záměr. Správně formulovaná výzkumná otázka nejenom že může pomoci při výběru výzkumné metody, ale můžeme též usnadnit samotný průběh výzkumu. V případě výzkumu pomocí zakotvené teorie je výzkumnou otázkou výrok, který identifikuje zkoumaný jev. Tento výrok říká, na co přesně se chceme zaměřit a co chceme o daném předmětu vědět¹⁰⁸. Otázky by měly badateli napomáhat v průběhu celého výzkumu a badatel naopak může tyto otázky neustále redefinovat a zpřesňovat.

4.1.3 Vlastnosti badatele

Součástí každého kvalitativního výzkumu je i osobnost samotného výzkumníka. Vysokou úroveň prováděného výzkumu zajišťují vlastnosti jako dovednost odstoupit a kriticky analyzovat situaci, vyhnout se zkreslení, získat platné a spolehlivé údaje, schopnost abstraktního myšlení¹⁰⁹. K analýze je nutné přistupovat nezaujatě a s co největším odstupem, teprve poté se zkoumaná oblast plně otevře zkoumání. Badatel by také měl mít už z dřívějška určité znalosti o zkoumaném jevu.

4.1.4 Metody kvalitativní analýzy

Při provádění kvalitativního výzkumu můžeme použít různé přístupy, jako je zakotvená teorie, etnografie atd. Shromažďovat údaje lze například prováděním strukturovaných či nestruturovaných rozhovorů, skupinových diskusí, pozorováním, studií různých textů, obrazů a jiných materiálů.¹¹⁰ Při pozorování účastníka se výzkumníci obvykle stávají členy určité kultury nebo skupiny. Cílem je získat bližší vhled do kultury, motivací a emocí. Určité výzkumy vyžadují použití „focus groups“, speciálního druhu diskuze s malým počtem účastníků hovořících na dané téma (tato metoda je populární např. při výzkumech trhu). Jednou z tradičních forem kvalitativního výzkumu je kognitivní testování či pilotní testování.

¹⁰⁸ HENDL, J. *Úvod do kvalitativního výzkumu*, s. 24.

¹⁰⁹ *Ibid.*, s. 11.

¹¹⁰ MARSHALL, C.; ROSSMAN, G. B. *Designing Qualitative Research*.

Typy kvalitativního výzkumu se liší především způsobem přístupu ke zkoumanému tématu. Volba adekvátního přístupu vždy závisí na účelu výzkumu, roli badatele, výzkumných etapách a analytické metodě. Různí autoři nám nabízejí různá dělení a uspořádání typů kvalitativního výzkumu, největší důraz je zpravidla kladen na následující metody:

- **Fenomenologie** je jedním z nevlivnějších směrů. Cílem fenomenologie je objektivní poznání smyslu věci prostřednictvím popisu tzv. fenoménů neboli věcí samých. Zakladatelem tohoto směru byl Edmund Husserl.
- **Symbolický interakcionismus** vznikl v rámci tzv. Chicagské školy. Jeho základy položil v třicátých letech dvacátého století sociolog Georgie Herbert Mead. Tento směr předpokládá, že *chování člověka není ani tak určeno vnějšími vlivy, jako spíše subjektivními významy, které lidé přikládají objektům, osobám a interakcím v určité situaci*¹¹¹. Zjednodušeně řešeno sleduje, jak jsme v sociálním prostředí utváření prostřednictvím komunikace. Součástí tohoto přístupu je i tzv. Thomasův teorém, který tvrdí, že jestliže lidé definují situace jako reálné, pak jsou reálné ve svých důsledcích.¹¹²
- **Etnometodologie** se vyvinula v padesátých letech dvacátého století. Tehdy Edmund Husserl nastínil své představy o určitém směru sociologie, který by měl *místo vytváření koncensuálních významů pro konstrukty jako ‚rodina‘ a ‚organizace‘ jít ‚k věci samotným‘ a snažit se vysvětlit jejich existenci jako entity v lidském diskurzu*.¹¹³ Hlavním předmětem zájmu etnometodologie je analýza každodenní sociální interakce a rozbor metod, které lidé při této interakci používají k tomu, aby dali smysl světu, ve kterém žijí.
- **Terénní výzkum** lze zařadit jak mezi typy kvalitativního výzkumu, tak mezi metody sběru dat. Typická je pro něj přítomnost badatele přímo v terénu. Zkoumaný jev tu sledujeme v jeho přirozeném prostředí a pořizujeme si záznamy. Ty pak následně analyzujeme.

Významnou metodou je i zakotvená teorie, kterou používáme i v této práci, a proto ji podrobně rozebíráme v následující podkapitole.

¹¹¹ HENDL, J. *Úvod do kvalitativního výzkumu*, s. 84.

¹¹² Ibid.

¹¹³ LINDLOFF, T.R.; TAYLOR, B.C. *Qualitative Communication Research Methods*, s. 36-41.

4.1.5 Zakotvená teorie

Tuto metodu výzkumu vyvinuli sociologové Barney Glaser a Anselm Strauss. Jde o teorii, která je *induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje*¹¹⁴. Zakotvená teorie vzniká na základě vytrvalého shromažďování údajů o zkoumaném jevu. Tyto údaje jsou pak ověřovány, analyzovány a vzájemně doplňovány. V průběhu analýzy vznikají stále nové kategorie proměnných a vzájemných vztahů mezi nimi. Tomuto procesu se říká teoretické vzorkování.

Typické pro zakotvenou teorii je, že nezačíná *volbou* teorie, podle které se dále zkoumaná oblast analyzuje. Na základě počátečního sběru dat a jejich analýzy se naopak otevírá prostor pro vznik teorie nové (zakotvené). Výhodou je pak pružnost a abstraktnost teorie.

První fáze výzkumu spočívá v tzv. kódování dat. Cílem tohoto kódovacího procesu je vytvořit co nejširší a nejvariabilnější počet kategorií. Proces kódování má několik fází. Nejčastěji se setkáváme s dělením na otevřené, axiální a selektivní kódování.

Otevřené kódování je počáteční, ničím neomezené kódování dat. Badatel pročítá své poznámky a získané záznamy a snaží se tento objemný soubor dat rozčlenit do několika kategorií. Tyto kategorie následně pojmenovává a přisuzuje jim určité atributy. Neomezenost a určitá svoboda v průběhu tohoto stupně kódování spočívá v tom, že seznam kategorií nebo způsob, jak budou jednotlivé kategorie definovány, ještě není sjednocený a záleží pouze na rozhodnutí výzkumníka. Ten *kategorizuje soubory dat na bázi jejich koherentního významu, tj. zastupují samy sebe, nikoli na základě arbitrárním čili jejich gramatickém pojmenování*.¹¹⁵

Axiální kódování je druhým stupněm při vytváření zakotvené teorie. Tímto kódováním začíná tzv. proces integrace¹¹⁶. Jsou zde totiž používány takové kódy, které vytvářejí spojení mezi kategoriemi a ústí ve vznik dalších novějších kategorií nebo témat.

Tento proces tedy mění povahu kategorií od bezvýznamných souborů dat do teoretických konstruktů.

¹¹⁴ STRAUSS, A.; CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*, s. 14.

¹¹⁵ LINDLOFF, T.R.; TAYLOR, B. C. *Qualitative Communication Research Methods*. s. 218.

¹¹⁶ LINDLOFF, T.R.; TAYLOR, B. C. *Qualitative Communication Research Methods*.

Během selektivního kódování (dimenzionalizace) se už získané kategorie nově přeskupí a získá se tak hlubší význam. Jakmile je kategorie definována, badatel může prozkoumat její atributy. Na konci tohoto kódování by měla stát tzv. ústřední kategorie, která reprezentuje centrální fenomén celého výzkumu. Ostatní kategorie mají vztah k ústřední kategorii jako podmínky, akční/interakční strategie a následky.¹¹⁷

4.2 Kvantitativní výzkum

Kvantitativní obsahová analýza je výzkumnou metodou, která slouží ke zkoumání prostřednictvím jejich kvantifikace. Charakteristickým rysem této metody je vysoká míra strukturovanosti a s tím je spojený i vysoký stupeň ověřitelnosti. Výsledky se dají precizně a přehledně znázornit v číselných hodnotách, tabulkách a grafech. Výsledkem tohoto druhu analýzy je kvantitativní popis zkoumaného jevu.

Popis zkoumaného jevu musí být systematický a intersubjektivně ověřitelný. *Systematický* znamená, že se všechny mediální obsahy zpracují stejným způsobem. *Intersubjektivně ověřitelný* znamená, že všichni ostatní budou schopni při aplikaci našich výzkumných metod reprodukovat naše výsledky¹¹⁸. Splněním těchto požadavků můžeme prověřit validitu a spolehlivost (reliabilitu) metodického postupu. Validita spočívá v tom, aby výzkumné metody měřily opravdu to, co výzkumník zamýšlel měřit. Spolehlivost dokazuje, že metody využívané při výzkumu jsou zpracovány a zdokumentovány tak, že každý, kdo tyto metody použije na stejném materiálu, dojde ke stejnému výsledku. Na rozdíl od kvalitativního výzkumu tedy výsledky nezáleží na osobách provádějících výzkum, ale na metodách analýzy a analyzovaném materiálu.¹¹⁹

Kvantitativní analýza jako výzkumný proces má několik etap:

- volbu vzorku obsahu,
- vytvoření kategorií vnějších referentů,
- volba jednotky analýzy obsahu,
- spočítání frekvence zvolených jednotek obsahu,
- kvantifikace výsledků.

¹¹⁷ HENDL, J. *Úvod do kvalitativního výzkumu*, s. 170.

¹¹⁸ SCHULZ, W.; SCHERER, H.; HAGEN, L.; REIFOVÁ, I.; KONČELÍK, J. *Analýza obsahu mediálních sdělení*, s. 34.

¹¹⁹ SCHULZ, W.; SCHERER, H.; HAGEN, L.; REIFOVÁ, I.; KONČELÍK, J. *Analýza obsahu mediálních sdělení*, s. 33-34.

Kvantitativní výzkum staví na *dedukci*: za východisko považuje teorii, na jejímž základě vytvoří hypotézy o tom, jaké vztahy mezi proměnnými by měly existovat, nasbírání data a hypotézy potvrdí či vyvrátí. Naproti tomu kvalitativní výzkum staví na *indukci*: začíná bez hypotéz, pátráním po pravidelnostech, které snad v objektivní skutečnosti existují, ty pak popíše ve formě předběžných závěrů, ověří dalším pozorováním a výstupem je nová teorie.

Některé z rozdílů mezi kvantitativní a kvalitativní analýzou jsou uvedeny v následující tabulce:

	Kvantitativní výzkum	Kvalitativní výzkum
Zobrazení sociální reality	Statické, mimo zkoumanou osobu	Procesuálně, sociálně konstruované zkoumanou osobou
Povaha dat	Tvrdá, ověřitelná	Bohatá, hluboká
Strategie výzkumu	Strukturovaná	Nestrukturovaná
Vztah mezi teorií výzkumu a vlastním výzkumem	Potvrzování	Emergence
Pozice výzkumníka ve vztahu ke zkoumanému	Vně	Uvnitř
Vztah mezi výzkumníkem a zkoumaným	Odtahitý	Blízký
Úloha kvalitativního výzkumu	Přípravná	Objevování různých interpretací

5. Výsledky kvantitativní analýzy

Kvantitativní analýzu jsme prováděli na celkem 54 politických osobnostech, pozvaných do pořadu *Uvolněte se, prosím*. Pro účely této práce se za politického hosta považuje osobnost, která stále aktivně působí v české politice, dále osobnosti, které již v politice aktivně nepůsobí, ale u nichž hlavním důvodem pozvání bylo jejich spojení s politikou – například Václav Havel nebo Valtr Komárek. Z tohoto důvodu není do analýzy zařazen například Milan Kňažko, který byl slovenským ministrem kultury, ale jeho politický post nehrál během rozhovoru žádnou roli a nebyl důvodem k jeho pozvání do pořadu.

Přes osmdesát procent pozvaných politických osobností vystoupilo v pořadu jako první ze tří pozvaných hostů (46 z 54 osobností, 85,2 %). Zbývajících osm politických hostů vystoupilo jako druhá pozvaná osobnost (14,8 %). Ani jeden z pozvaných politických hostů nevystoupil až jako třetí v pořadí. Pokud vycházíme z předpokladu, že prvnímu hostu se přikládá nejvyšší důležitost, pak politickým hostům pořad ve většině případů přiřazuje důležitost nejvyšší.

Pokud budeme hosty rozlišovat podle pohlaví, tak 38 (70,4 %) politických hostů byli muži a 16 (29,6 %) bylo žen. Účast žen v pořadu tak byla procentuálně vyšší než účast žen v české politice: například v minulém volebním období (2006 až červen 2010) bylo v poslanecké sněmovně jen 18 % žen (v závěru roku 2010 to bylo 24,5 %), účast žen ve vládě se v posledních letech pohybovala kolem dvaceti procent¹²⁰.

Z čtyřiapadesáti kódovaných osobností jich nejvíce pocházelo z České strany sociálně demokratické (13), následovali příslušníci Občanské demokratické strany (12) a hosté bez politické příslušnosti (10). Podrobnosti jsou k nalezení v Tabulce 1.

Nejvíce prostoru dostal odstupující premiér úřednické vlády Jan Fischer (21 minut), tehdejší předseda ČSSD Bohuslav Sobotka (20 minut), místopředsedkyně Strany zelených Kateřina Jacques (17 minut), ministr zdravotnictví David Rath za ČSSD (17 minut) a předseda ČSSD Jiří Paroubek (17 minut).

¹²⁰ Další informace o zastoupení žen v české politice přístupné na www adrese <http://padesatprocent.cz/cz/zeny-v-politice>.

Tabulka 1
Politická příslušnost hosta

	Počet	%
ODS	12	22,2
ČSSD	13	24,1
KDU-ČSL	3	5,6
Strana zelených	6	11,1
KSČM	1	1,9
Unie svobody	1	1,9
Česká pravice	1	1,9
Bez politické příslušnosti	10	18,5
KDH	1	1,9
Hnutí nezávislých	1	1,9
SNK-ED	1	1,9
SNK Kravaře	1	1,9
SDKÚ-DS	1	1,9
jiné	2	3,7

V kvantitativní analýze jsme také rozlišovali, zda se vystoupení týkalo spíše politického nebo osobního života pozvaného hosta. **V 77,8 % případů se pozvaní s moderátorem Janem Krausem bavili o politice**, ve 20,4 % o svém osobním životě. Nejčastěji se hovor týkal názorů hosta na různá politická témata (16,7 %, 9 hostů), politické strany, do které host patří (14,8 %, 8 hostů), justice a zákonů (11,1 %, 6 hostů) a zábavných historek z politického života (11,1 %, 6 hostů). Všechny výsledky viz Tabulka č. 2.

Tabulka č. 2
Když se moderátor s hostem bavili o politice, bavili se hlavně o

	Počet	%
zdravotnictví	2	3,7
kultuře	3	5,6
politické strany, do které host patří	8	14,8
dopravě	1	1,9
zahraničních věcech	1	1,9
podezřelé/kriminální činnosti politiků	4	7,4
nebavili se	2	3,7
historkách z politického života	6	11,1
politických názorech hosta na různá témata	9	16,7
justici, zákonech	6	11,1
ekologii	3	5,6
financích, peněžnictví, ekonomii	1	1,9
lidských právech	3	5,6

komunální politice	1	1,9
diplomacii	1	1,9
jiné	3	5,6
Celkem	54	100

Z výsledků je tedy patrné, že se pořad *Uvolněte se, prosím* nezaměřuje na osobní život pozvaných hostů, zaměřuje se naopak na politický život pozvaných osobností. Nejčastěji pak hosté projevují své politické názory. To nasvědčuje, že pořad s politickými hosty nakládá jako s politickými celebritami, které komentují vývoj v zemi a projevují své osobní názory na různá témata. Zároveň vystupují jako mluvčí své strany a komentují její současné problémy nebo ambice v nadcházejících volbách. Nutné je však podotknout, že politici se několik týdnů před volbami v pořadu neobjevovali. Více se tomuto tématu věnujeme ve prezentaci výsledků kvalitativní analýzy.

Osobním tématům se tedy pořad věnuje v menšině. Pokud už se Jan Kraus se svým hostem o jeho osobním životě bavil, skoro v polovině případů se rozhovor týkal osoby politika a jeho životních názorů (48,1 %, 26 hostů), v přibližně dvaceti procentech (11 hostů) se pak Kraus s hostem věnovali rodině politika (či jeho milostným vztahům, pokud politik nebyl v rodinném svazku).

Tabulka č. 3
Když se moderátor s hostem bavili o osobních tématech, mluvili hlavně o

	Počet	%
osoby/názorů politika	26	48,1
rodiny/vztahů politika	11	20,4
skandálu osobního charakteru, který se politika týká	2	3,7
minulosti politika	7	13
nebavili se	7	13
jiné	1	1,9
Celkem	54	100

Uvolněte se, prosím je pořadem zábavného typu, tudíž se rozhovory nesou v odlehčeném duchu. V kvantitativní analýze jsme se pokusili kódovat i zábavnou složku pořadu. Moderátor a host se smáli v 53 případech z 54, což činí 98,1 % případů. Zbývajícím jedním hostem, během jehož vystoupení nebyl přítomen smích, byl bývalý prezident České republiky Václav Havel. Jeho vystoupení se zásadně lišilo od vystoupení jeho kolegů – nemělo zábavný charakter, bylo spíše bilanční. Havel v něm

hodnotil polistopadový vývoj země a její současný stav. Jako jediný politický host nebyl přítomen ve studiu, rozhovor s ním byl předtočený a divákům v divadle se vysílal na obrazovce.

Kódováno bylo i to, zda politický host pronášel vtipy. Vtip je pro potřeby této práce definován jako krátké vyprávění, jehož účelem je pobavit příjemce, je stručné a směřuje k výrazné a úderné pointě. V této podobě diváky pobavilo 13 hostů (24,1 %). Nutno ale podotknout, že hosté často pronášeli ironické či jinak humorné poznámky, které se ale v kvantitativní analýze dají těžko zaznamenat.

Tabulka č. 4
Pronášel host vtipy?

	Počet	%
ano	13	24,1
ne	38	70,4
nelze určit	3	5,6
Celkem	54	100

V teoretické části bylo u případu Kateřiny Jacques zmíněno, že účast politika v pořadu může být medii a následně i publikem hodnocena velmi negativně. V kvantitativní analýze jsme proto zaznamenali i to, zda moderátor verbálně hodnotil politického hosta, například větami typu: „Slyšel jsem, že jste ve svém oboru dobrý/á.“ U 19 hostů (35,2 %) tomu tak bylo, u 33 nikoliv (viz Tabulka č. 5). Kódováno bylo i to, zda moderátora verbálně hodnotil sám host, v 79,6 % případů (43 hostů) tomu tak ale nebylo. Verbálně Jana Krause hodnotilo pouze 11 hostů, což činí 20,4 %.

Tabulka č. 5
Hodnotil moderátor verbálně hosta?

	Počet	%
ano	19	35,2
ne	33	61,1
nelze určit	2	3,7
Celkem	54	100

V jedné z proměnných jsme zaznamenávali i to, zda se Jan Kraus vyjadřoval k politickým tématům. Podle výsledků českou politickou scénu hodnotil nebo vyjadřoval svůj názor na politická témata u 26 hostů (48,1 %), komentářů se zdržel u

stejného počtu hostů, ve dvou případech byla jeho vyjádření nejasná a nešlo určit, zda politiku hodnotí či nikoliv. (Více o tomto tématu ve výsledcích kvalitativní analýzy.)

Tabulka č. 6
Vyjadřoval se moderátor k politickým tématům

	Počet	%
ano	26	48,1
ne	26	48,1
nelze určit	2	3,7
Celkem	54	100

5.1 Shrnutí

Cílem kvantitativní analýzy účasti hostů v pořadu *Uvolněte se, prosím* bylo zjistit:

- 1.) jaká strana byla v pořadu zastoupena nejčastěji
- 2.) zda se vystoupení politiků týkala spíše osobního nebo politického života politických hostů
- 3.) jaká témata převládala v rozhovorech
- 4.) zda moderátor verbálně vyjadřuje své názory na politika či politiku, a tím může ovlivnit názor diváků

Nejčastěji zastoupenou stranou byla **ČSSD** s třinácti pozvanými hosty. Následovala ODS s dvanácti hosty. Deset pozvaných politických osobností byla bez politické příslušnosti. Šest politických hostů pocházelo ze Strany zelených.

Vystoupení politiků se ve **77,8 % případů týkala politiky**. Nejčastějším tématem pak byly **názory hostů na různá politická témata** (16,7 %). Dalšími frekventovanými tématy byly politické strany, do kterých hosté patřily (14,8 %), justice a zákony (11,1 %) a zábavné historky z politického života (11,1 %).

Moderátor Jan Kraus **verbálně hodnotil hosty** v devatenácti případech (35,2 %). U skoro poloviny případů (48,1 %) pak moderátor **vyjadřoval svůj názor** na politická témata.

6. Výsledky kvalitativní analýzy

Následující podkapitoly (6.1 až 6.3) interpretují kategorie popisující to, jak probíhal rozhovor mezi hostem a moderátorem. Podkapitola 6.4 popisuje, jakou roli má v pořadu moderátor Jan Kraus. Podkapitola 6.5 pak zkoumá kategorie popisující, jak byl host během svého vystoupení prezentován.

6.1 Politická osvěta

Zábavná forma pořadu *Uvolněte se, prosím* by mohla svádět k tomu, že moderátor se s hosty bude bavit spíše o tématech osobního charakteru, ve kterých se najdou zábavná a odlehčená témata snáze než v politické oblasti. Z výsledků kvantitativní analýzy je ovšem patrné, že téměř 78 % hostů se během svého vystoupení bavilo hlavně o politice. Výroky, které měly osvětový charakter, jsou zařazeny do kategorie Politická osvěta, protože předpokládáme, že pomáhají divákům nahlédnout do zákulisí politického dění – a to unikátním způsobem, protože průvodcem ve světě politiky jsou tu její samotní aktéři. Díky Janu Krausovi, který vystupuje v rozhovoru s hostem jako politický laik (stejně jako většina diváků), se i politik musí přizpůsobit laickému prostředí a změnit výrazové prostředky, aby mu diváci porozuměli.

V této kategorii by bylo možné vytvořit jakési čtyři podkategorie: historky z politiky a skutečné vysvětlování politických témat, tribuna politických názorů a vizitky politiků.

6.1.1 Historky z politiky

Příkladem z první podkategorie, která nabízí pohled hostů na zákulisí politické scény skrze zkušenosti politických hostů, jsou následující výroky tehdejšího ministra vnitra Martina Peciny a senátora Pavla Ploce.

Kraus: No a nabídnul vám někdy někdo úplatek?

Pecina: Ano, samozřejmě, že nabídl, ale nikdy ne tak, aby to bylo konkrétní. Každý k vám přijde a řekne: víte co, kdybyste rozhodnul tak a tak...

Kraus: Oni prej to ukazují na papírech.

*Pecina: Že někdo přijde a řekne: pane předsedo, co mám udělat, abych vyhrál? Normálně se dávají tak jedno až dvě procenta.*¹²¹

Ploc (o senátu): Překvapilo mě, že to prostředí je tam příjemný, jsem myslel, že to bude nervák, ale je to tam víc v pohodě než na skokanským můstku.

Kraus: Tam je to tak pohodový, že odsud nikdo nechce vůbec.

Ploc: My si vezmeme přestávku, pak druhá strana...

(...)

*Ploc: Ono to je trošku divadlo pro lidi. Tam si nadávaj za tím mikrofonem komunisti a ODS a pak je potkáte v bufetu.*¹²²

Věrní názvu Krausova pořadu se hosté během svého vystoupení uvolnili natolik, že se s moderátorem rozhovoří i na témata, která se v jiných typech pořadů často neřeší. Pecina nabídl nezvykle upřímný názor na problematiku úplatků v české politice. Ve zpravodajství či publicistice není zvykem, aby se politici takto otevřeně vyjadřovali k tomu, zda jim byl nabídnut úplatek, a jak vysoký byl.

Ploc zase hodnotí zákulisní vztahy mezi politiky, kteří se před televizními kamerami a na jednáních tváří jako rivalové, ale po vypnutí kamer a ukončení schůze se sejdou v bufetu a přátelsky si povídají. Diváci tak díky *Uvolněte se, prosím* dostali informace, které by jim zpravodajské relace nenabídly. Otázkou ale je, nakolik je zkušenosti Peciny a Ploce možno vztáhnout na celou politickou scénu a zda takováto vyjádření spíše nesnižují důvěru v demokracii.

6.1.2 Vysvětlování politických témat

Hosté Krausův pořad využívali, aby vysvětlovali politická rozhodnutí svá nebo své strany. Často se jednalo o mediálně exponovaná témata, a ačkoli Kraus stále zůstával v roli člověka mimo politiku, k problematice si očividně nastudoval dostupná fakta. Tehdejší ministr kultury Martin Štěpánek například v *Uvolněte se, prosím* vysvětloval své spory s Národním divadlem nebo poslanec za ČSSD Michal Hašek postoj své strany ke vyššímu zdanění lidí s vyššími příjmy.

¹²¹ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/210522161800004-uvolnete-se-prosim/obsah/101985-martin-pecina/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/210522161800004-uvolnete-se-prosim/obsah/101985-martin-pecina/).

¹²² Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000040-uvolnete-se-prosim/obsah/99917-pavel-ploc/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000040-uvolnete-se-prosim/obsah/99917-pavel-ploc/).

Kraus: S tím Národním (divadlem, pozn. aut.), tam už dělal něco Jandák. Tam byla kontrola...

Štěpánek: Tam byla velice podrobná kontrola a zjistila, řekněme, určité nedostatky.

Kraus: Já jsem si říkal, že na základě té kontroly jste řekl: chlapci, na základě té kontroly budete muset odejít.

Štěpánek: No, oni ty audity byly dva. Jeden byl tajnej, druhej, to byl vnitřní audit, ten už byl zajímavější, ten se zveřejnit dá. Kde se zjistí, že se do nějaké inscenace vloží třeba dva a půl milionu korun. Si říkáte, to musí bejt teda rána. Jenže ta inscenace má jen jednu reprízu a vydělá čtyřicet čtyři tisíc.¹²³

Hašek: Z těch peněz, který se vyberou z vyššího zdanění těch lidí s vysokými příjmy se zaplatí třeba takové věci jako třinácté důchody nebo sociální dávky.

Kraus: Ale to né, třináctý důchody chcete (ČSSD, pozn. aut.) platit z výnosů ČEZu. Máte v tom čurbes trošku.

Hašek: Mimo jiné... ne ne ne ne. Já myslím, že to známe oba a teď je otázka, kdo líp.

Kraus: Já. No ale kolik si myslíte, že je u nás lidí s příjmem vyšším než milion dvě stě tisíc?

Hašek: No, já myslím, že v České republice jich budou desetitisíce.

Kraus: No kolik myslíte, že jich je. Ted' se ukáže, kdo v tom má bordel.

Hašek: Tak já jsem nebyl nikdy ministrem financí ani jsem se tomu nikdy nevěnoval.

Kraus: Já taky ne. Tak kolik jich je?

Hašek: Nevím.

Kraus: Sto čtyřicet dva tisíc.¹²⁴

Spory ministra kultury s Národním divadlem či daňová politika ČSSD nejsou tématy, která by se prvoplánově objevovala v pořadech zábavného typu. Obě témata ale byla v době vysílání pořadů velmi aktuální a pro veřejnost zajímavá. Kraus si některé osobnosti (Vladimír Dryml, Olga Zubová aj.) dokonce zval kvůli tomu, že figurovali v některé z mediálně zajímavých kauz.

Štěpánek i Hašek vysvětlovali svůj postoj na mnohem větším prostoru, než jaký by dostali ve zpravodajské relaci. V obou případech reagují na Krausovy až lidově

¹²³ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/207562222000002-uvolnete-se-prosim/obsah/99907-martin-stepanek/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/207562222000002-uvolnete-se-prosim/obsah/99907-martin-stepanek/).

¹²⁴ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800007-uvolnete-se-prosim/obsah/71995-michal-hasek/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800007-uvolnete-se-prosim/obsah/71995-michal-hasek/).

jednoduché otázky a v obou případech mají k vyjádření poměrně neomezený prostor (nikoli vymezený čas v rámci vteřin či několika psaných vět jako ve zpravodajských médiích). Naplňuje se tak Jonesův¹²⁵ názor, že obecnost má talk shows v oblibě, protože nabízí větší potenciál pro vyprávění „příběhu“, který diváci pochopí snadněji než zpravodajství. Jones se také domnívá, že mnoho lidí považuje tento typ pořadů za důležitý zdroj informací o politice právě proto, že politici tu mluví mnohem déle než v běžných zpravodajských programech.

6.1.3 Tribuna politických názorů

Od předchozí podkategorie se kategorie Tribuna politických názorů liší v tom, že hosté nevysvětlovali politická témata, ale vyjadřovali svůj osobní názor. Například senátor za ČSSD Vladimír Dryml vysvětloval svůj postoj v kauze, kdy měl od reportérů MF Dnes shánět kompromitující informace na stranickou kolegyni, poslankyni Hanu Orgoníkovou.

Dryml: Dodneška by mě zajímalo, kdo to platí, protože Mladá fronta, ty redaktori to asi nedělají z čisté lásky. Ostatně oni napsali, že to dlouhodobě připravovali a že mě chtěli udělat jako Moravu¹²⁶. Pro mě to bylo docela velké překvapení, protože já jsem si novináře vždy považoval – na rozdíl od vás. Ale taky to o nás píšou. Takový ten kulturní bulvár ten je o senzaci, ale ten politický, tam jde opravdu moc o moc.

Kraus: Já vim, ale na druhou stranu oni to zveřejnili, tu vaši audionahrávku. A tam působíte jako vy ten iniciativní, tam říkáte, že byste se chtěl podívat na nějakou spis starej.

Dryml: Vidíte, a to jsou ty manipulace, takhle se u nás pracuje. Na základě určité provokace. Protože já jsem to nechtěl, byl jsem opakovaně vyzván, aby se dostavil na nějakou schůzku.¹²⁷

Nezávislý senátor Martin Mejstřík si u Krause postěžoval na politickou kulturu s tím, že být politikem pro něj „není k žití“.

¹²⁵ JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture.*

¹²⁶ Poslanec ODS Jan Morava po reportérech TV Nova, vydávajících se za detektivní agenturu, žádal, aby pořídili kompromitující fotografie dcery poslankyně za Stranu zelených Olgy Zubové. Informace zveřejnila MF Dnes v září 2008. Morava po zveřejnění kauzy z vysoké politiky odešel.

¹²⁷ <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800002-uvolnete-se-prosim/obsah/70132-vladimir-dryml/>.

Kraus: Tak co si myslíš o tý český politice po těch šesti letech?

Mejstřík několik vteřin mlčí.

Kraus: Jo až takhle, jo?

Mejstřík: Já to řeknu jinak. Já vám řeknu, já jsem rád, že už tam nejsem.

Kraus: Jak to? Proč?

Mejstřík: No, to není k žití.

Kraus: Co se tam děje, že to není k žití?

Mejstřík: Vždyť to čtete a vidíte. Možná i koukáte na senát ve dvě v noci. (...) Já jsem rád, že jsem tady. Tam jsem byl taky rád, protože jsem si myslel, že to mělo smysl.¹²⁸

Unikátní postavení měl v pořadu Václav Havel. Jako jediný z hostů nebyl přímo v divadle, kde se pořad natáčel, rozhovor s ním byl na rozdíl od ostatních hostů vážný, bez pokusů o zábavu a vtipy. Bývalý prezident České republiky v něm hodnotil listopadový vývoj státu. V následujícím příkladu si stěžuje na to, že politici své názory přizpůsobují tomu, jak o nich referují média.

Havel: Ve světě, kde se kouká ráno do novin, ten politik dbá hlavně na to, jak mu stouply preference, a přizpůsobí tomu, co řekne večer, aby druhý den ráno se podíval, jak to tam jde. To není dobrý. Ti politici musí myslet dopředu, v dlouhodobých perspektivách. Dali jsme jim důvěru, protože si myslíme, že vědí, co dělají, že si umějí poradit, že. (...) Ti politici si strašně všichni stěžují na ty média, že. Ale já si myslím, že v tomhle smyslu by se neměli až tak ohlížet na ty média.¹²⁹

Podobně bilanční byl i rozhovor s výraznou osobností Sametové revoluce Valtrem Komárkem. Ten si mimo jiné stěžoval i na finanční podporu, kterou stát poskytuje energetické firmě ČEZ.

¹²⁸ Video dostupné na www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800010-uvolnete-se-prosim/obsah/73545-martin-mejstrik/.

¹²⁹ Video dostupné na www.ceskatelevize.cz/ivysilani/207522161800015-uvolnete-se-prosim/obsah/98862-vaclav-havel/.

Komárek: Tam je to úplně pikantní, že tam je to společnost, která patří státu a vydělává loni 42 miliard zisku tím, že zdražuje elektřinu a stát mu (řediteli ČEZu, pozn. aut.) za to klepe na rameno a dává mu za to tyhle ty motivační odměny.¹³⁰

Dryml, Mejstřík, Havel i Komárek dostali v pořadu prostor vyjádřit své ryze osobní názory. V kapitole 2.3.3 Politická celebrita už jsme zmiňovali Johna Streeta, který si myslí, že pro politiky „je politika, stejně jako populární kultura, o vytváření publika – lidí, kteří se budou smát jejich vtipům, rozumět jejich strachům a sdílet jejich naděje.“¹³¹ Krausův pořad k tomu politikům poskytuje ideální příležitost. Podle výsledků kvantitativní analýzy, které ukazují, že Kraus se hostů nejčastěji ptal na jejich názory na různá politická témata, je zřejmé, že pořad *Uvolněte se, prosím* pomáhá politikům medializovat svou osobu, respektive své názory. Tvůrci pořadu by politikům takovouto možnost nedávali, pokud by nepředpokládali, že názor politických osobností bude diváky zajímat. Což je ostatně smysl talk show – show, ve které se převážně mluví. Logicky se nejčastěji mluví o názorech pozvaných hostů, kteří tak znovu dostávají možnost reprezentovat sebe sama.

6.1.4 Politické vizitky

Tato podkategorie zahrnuje výroky, jejichž prostřednictvím byl host představován, nebo se představuje, hovoří o svých osobních vlastnostech nebo motivacích. Příkladem může být výrok poslance Jiřího Karase, ve kterém se pochválil za pravdomluvnost.

Karas: Víte, já mám spoustu špatných vlastností. Ale jednu vlastnost mám dobrou, a to je, že vždycky mluvím pravdu.¹³²

Karel Schwarzenberg, tehdejší ministr zahraničních věcí, o sobě s nadsázkou hovořil jako o poťouchlém člověku, v jeho podání ale sebehodnocení působilo spíše pozitivně: Schwarzenberg se stylizuje do role moudrého staříka, který sebevědomě „zlobí“ mladší protivníky.

¹³⁰ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/208522161800011-uvolnete-se-prosim/obsah/98802-valtr-komarek/>.

¹³¹ STREET, J. *Politics and Popular Culture*, s. 60.

¹³² Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000018-uvolnete-se-prosim/obsah/100418-jiri-karas/>.

Schwarzenberg: Víte, vy mě dobře neznáte, ale mě v životě dělalo největší radost lidi zlobit. Je to báječná neřest, poněvadž co jsem tak zjistil věkem, ubývá síla na jiné neřesti. (...) Ale lidi zlobit můžete nekonečně dlouho.¹³³

U některých hostů, kteří měli delší politickou kariéru nebo jsou v českém politickém kontextu výjimeční, Kraus věnoval více času jejich představení a zrekapitulování jejich politické činnosti, jako například u Jiřího Dientsbiera.

Kraus: No ale vy máte jednu z nejzajímavějších historií z těch postav český politiky, bych řek'. Jednak je zajímavý, vy jste byl dlouho členem komunistický strany, asi deset let nebo jak dlouho.

Dientsbier: No, před rokem šedesát osm.

Kraus: No, pak vás vyhodili z tý komunistický strany. Pak jste byl jedním z předních chartistů, mluvčím taky. Pak jste byl zavřenej asi čtyři roky.¹³⁴

U většiny hostů, které Jan Kraus představoval, se moderátor ze své strany omezil jen na výčet jejich politických funkcí, které politika pomáhají identifikovat. Jednalo se většinou o představení typu: Kateřina Jaques, místopředsdkyně Strany zelených. Některé osobnosti si ale podle Krause zasloužili podrobnější představení, například Jiří Dientsbier nebo Valtr Komárek, který byl podle Krause „jedním z nezapomenutelných hrdinů Sametové revoluce“¹³⁵. Například rozhovor s Janem Fisherem, premiérem přechodné úřednické vlády, který se u veřejnosti těšil velké oblibě, byl vlastně velkou vizitkou tohoto politika, ačkoli Fischerovi do vypršení mandátu zbývalo jen několik dní. Fischer se ze všech politických hostů dočkal také nejdelšího aplausu, čímž publikum vyjádřilo svůj pozitivní postoj k němu. K těmto výše uvedeným politikům (Dientsbier, Komárek, Havel, Fischer) se Kraus choval s větší úctou, například nevtipkoval na jejich účet a nepronášel o nich sarkastické komentáře.

¹³³ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/207562222000003-uvolnete-se-prosim/obsah/99236-karel-schwarzenberg/>.

¹³⁴ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/207562222000020-uvolnete-se-prosim/obsah/99332-jiri-dientsbier/>.

¹³⁵ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/208522161800011-uvolnete-se-prosim/obsah/98802-valtr-komarek/>.

Politici sami sebe prezentovali jako osoby s pozitivními vlastnostmi, jak je možno vyčíst z výše uvedených příkladů Jiřího Karase a Karla Schwarzenberga. Nevyužívali k tomu emoce diváků, ačkoli s Krausem hovořili o svém osobním životě (ve skutečnosti jediným, kdo budil soucit, byl Pavel Dostal, který už v té době trpěl rakovinou), spíše se stylizovali do role politika, kterou od nich veřejnost očekává: vyrovnaného, znalého probírané problematiky, charakterního. Znovu zmiňujeme Johna Streeta¹³⁶, který politiky přirovnává k hercům, kteří představuje určitou osobu, sebe, jak chce, aby ho viděli druzí. V době televizní zábavy tato osoba nemůže zahrnovat jen politickou historii a témata a zájmy, ale i prvky kultury celebrit.

6.2 Politik: bavič a jeden z nás

Pořad poskytl politikům velký prostor k tomu, aby se projevili jako obyčejní „smrtelníci“ s obyčejnými reakce a emocemi (smích, nervozita, roztržitost, smysl pro humor). Ukazovali také, že jsou osobnostmi, schopnými pobavit a zaujmout obecenstvo. Pomyslná hranice mezi politikem a bavičem se úplně setřela u vystoupení Petra Bendla (ODS) a Vlasty Parkanové (KDU-ČSL), kteří si v pořadu zazpívali s doprovodnou kapelou. Parkanová zpívala píseň *Tak jako slunečnice* a Bendl dokonce svou vlastní skladbu *U krbu* a sám se doprovodil hrou na kytaru. Jejich vystoupení neměla nic společného s politikou, oba chtěli jen pobavit a zaujmout publikum, v tu chvíli se v ničem nelišili od vystupujících bavičů. Ačkoli ani jeden z nich svou píseň nezazpíval příliš dobře, oba byli odměněni aplausem publika.

V kvantitativní analýze jsme se pokusili kódovat, zda hosté pronášeli vtipy. V naprosté většině se tak nestalo, ale bylo to spíše proto, že rozhovor s moderátorem jim k tomu neposkytl příležitost. To ale neznamená, že politici během svých vystoupení neprojevovali smysl pro humor. Často glosovali a pronášeli ironické průpovídky či humorné historky, které ale neměli parametry vtipu. Jan Fischer například humorně komentoval své začátky v Českém statistickém úřadě.

*Fischer: Když jsem ještě s tátou chodil na statistický úřad, tak jsme říkali, že dopoledne je to boj s hladem a odpoledne se spánkem.*¹³⁷

¹³⁶ STREET, J. The celebrity politician: Political style and popular culture. In *Media and the restyling of politics*.

¹³⁷ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/210522161800025-uvolnete-se-prosim/obsah/118601-jan-fischer/>.

Kraus má pověst sarkastického a místy tvrdého řečnického soupeře a díky své moderátorské převaze je schopen hosty zatlačit do defensivy. Někteří z politiků se ale ukázali jako rovnocenní soupeři v debatě, jako například Jiří Čunek (poslanec za stranu KDU-ČSL). Jiní zase byli Krausovi vhodnými partnery ve vtipné konverzaci (předseda Strany zelených Martin Bursík nebo poslanec ODS Martin Říman).

Čunek (o své sekretářce, která ho obvinila ze sexuálního obtěžování): A viděl jste ji? Vy tomu věříte, že bych s ní mohl něco mít?

Kraus: Tak pro vás by byla dobrá ještě.

Čunek (mne si oči): Fakt?

Kraus: Jen se nedělejte, nebuďte nadutej. Viděl jste se někdy? Pro vás by byla dobrá ještě.

Čunek: Vy jste mě sem stejně pozval, jenom abyste neměl mindrák.¹³⁸

Kraus: Zase abyste se mě nedělal úplnýho vola.

Bursík: To nemusím.

(smích publika, Bursík zvedá ruce jako omluvu Krausovi)¹³⁹

Kraus: Vždycky říkám: Mám blbou náladu, pusť mi Římana, ten má horší náladu než já. Ono to ode mě tak jako přešlo na vás.

Říman: To je super. Až příště budu vystupovat, tak si na vás vzpomenu a...

Kraus: Dělejte to tak, jako doposud. Já s tím počítám.

Říman: Já to pro vás rád udělám. Co bych pro voliče neudělal.¹⁴⁰

Umění udělat si legraci sám ze sebe a dokázat vtipně oponovat soupeři ukazují, že dotyčný má nadhled a zároveň dokáže ustát situace, kdy si z něj někdo jiný tropí žerty. U diváků, kteří takové vlastnosti nemají, to může vyvolat obdiv typu „klobouk dolů, divím se, že to ustála/a“ – zvláště když vezmeme v potaz, že publikum ví, že Kraus může být v debatě velmi tvrdým, až posměvačným soupeřem.

¹³⁸ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000038-uvolnete-se-prosim/obsah/99247-jiri-cunek/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000038-uvolnete-se-prosim/obsah/99247-jiri-cunek/).

¹³⁹ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000007-uvolnete-se-prosim/obsah/100297-martin-bursik/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000007-uvolnete-se-prosim/obsah/100297-martin-bursik/).

¹⁴⁰ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000012-uvolnete-se-prosim/obsah/100285-martin-riman/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000012-uvolnete-se-prosim/obsah/100285-martin-riman/).

To, co z politiků dělá „jedny z nás“, tedy běžné občany, jsou i odkazy na jejich osobní život. Může se jednat o tragédie, milé vzpomínky na dětství nebo mládí, nebo upozornění na každodenní život či vzhled politika (Pavlovi Němcovi například Kraus řekl, že mu pokaždé, když ho vidí, připadá nevyspalý¹⁴¹). V případě ministra kultury Pavla Dostála Kraus projevil nezvyklou empatii, Dostál totiž trpěl rakovinou.

*Kraus: Chtěl jsem vám říct, že vás obdivuju za to, jak bojujete se svojí nemocí. Abychom nedělali, že o tom nevíme. (...) Já bych se dneska k vám chtěl chovat slušně, ale asi to vůbec neumím.*¹⁴²

Lubomír Zaorálek z ČSSD zase vyprávěl o svém mládí:

*Zaorálek: Můj otec, který byl lékař, se doslechl, že moje generace s tím (s drogami, pozn. aut.) experimentuje, a řekl mi, že měl případ kluka, který to zkusil jednou a zemřel. (...) To mě vystrašilo, tak jsem s tím přestal.*¹⁴³

Tehdejší ministryně spravedlnosti Daniely Kovářové se Kraus ptal, kterého ze svých kolegů má nejraději. Kovářová se přímé odpovědi vyhnula tím, že vyprávěla historku ze zasedání vlády.

Kraus: A kdo vám je jako nejsympatičtější? Na koho často mrknete?

Kovářová: Můžu vám říct, kdo mě tam svádí?

Kraus. Heleme se! To bysme tu měli bombu!

*Kovářová: Vedle mě sedí pan ministr Pecina. A ten vždycky mezi nás přinese talíř sýrů. A ví, že já se hlídám, tak ho ke mně pořád přisunuje a přisunuje. A na poslední zasedání vlády mi přinesl vidličku.*¹⁴⁴

O soukromí některých politiků Kraus projevoval až bulvární zájem, zvláště pokud šlo o partnerské vztahy. Mladého slovenského politika Daniela Lipšice se

¹⁴¹ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000030-uvolnete-se-prosim/obsah/100376-pavel-nemec/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000030-uvolnete-se-prosim/obsah/100376-pavel-nemec/).

¹⁴² Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000008-uvolnete-se-prosim/obsah/100463-pavel-dostal/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000008-uvolnete-se-prosim/obsah/100463-pavel-dostal/).

¹⁴³ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000033-uvolnete-se-prosim/obsah/100370-lubomir-zaoralek/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000033-uvolnete-se-prosim/obsah/100370-lubomir-zaoralek/).

¹⁴⁴ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/210522161800001-uvolnete-se-prosim/obsah/99565-judr-daniela-kovarova/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/210522161800001-uvolnete-se-prosim/obsah/99565-judr-daniela-kovarova/).

například zeptal: „*Zajímavý je, že vy jste pořád svobodnej. A co jako se děje?*“¹⁴⁵ Následující minuty pak Kraus probíral Lipšicův postoj k manželství a k ženám a ptal se ho například i na to, kdy si hodlá svou stávající přítelkyni vzít. O rozhovor o svém osobním životě si naopak řekla sama Vlasta Parkanová, která o svém manželovi prohlásila, že to hlavní je, že ji má rád. Kraus reagoval takto: „*A jak se to projevuje, že vás má rád. Když jste si o to (téma, pozn. aut.) řekla.*“¹⁴⁶

Kraus byl při rozhovorech často velmi familiérní (např. s výše zmíněným Lipšicem nebo Parkanovou), s některými osobnostmi si tykal. Je otázkou, zda je, u pořadu, který má určitou šanci ovlivnit voličské mínění, vhodné vyjadřovat osobní vazby na některé politické osobnosti. Martin Mejstřík se při svém vystoupení chtěl tykání vyhnout a nastala tak zvláštní situace, kdy Kraus Mejstříkovi tykal a ten přecházel mezi vykáním a tykáním. Kraus si na to v pořadu naoko postěžoval: „*To je zajímavý, vždycky když se lekneš, tak mi začneš tykat, hele. A pak seš takovej jako odtažítej, jako že jsme dva, co se nikdy neviděli.*“¹⁴⁷

6.3 Hodnocení politických aktérů

Hodnocení politických aktérů je jev, který se vyskytoval spíše v raných dílech *Uvolněte se, prosím*. Kraus zaváděl řeč na hodnocení ostatních politiků (pozitivní i negativní typu „Kdo vám je sympatický?“ nebo „Koho nemáte rád?“), ale zvláště poté, co se pořad etabloval, se politici odmítali vyjadřovat k sympatiím ke svým politickým kolegům.

Petra Buzková během svého vystoupení stihla zhodnotit hned dva své spolustraníky (Pavla Dostála a Stanislava Grosse) a starosta Prahy 5 Milan Jančík pochválit pražského primátora Pavla Béma.

*Buzková: Skutečně vtipný při proslovech ve sněmovně je Pavel Dostál.*¹⁴⁸

*Buzková: Premiér rozhodně nadělal spoustu chyb, co se týče komunikace s veřejností i s novináři.*¹⁴⁹

¹⁴⁵ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000040-uvolnete-se-prosim/obsah/100352-daniel-lipsic/>.

¹⁴⁶ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000006-uvolnete-se-prosim/obsah/100040-vlasta-parkanova/>.

¹⁴⁷ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800010-uvolnete-se-prosim/obsah/73545-martin-mejstrik/>.

¹⁴⁸ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000017-uvolnete-se-prosim/obsah/100421-petra-buzkova/>.

¹⁴⁹ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000017-uvolnete-se-prosim/obsah/100421-petra-buzkova/>.

*Jančík: Pak mám rád pana primátora.*¹⁵⁰

Daniela Kovářová se v pozitivním smyslu vyjadřovala ke svému vládnímu kolegovi Martinu Pecinovi.

*Kovářová: Vedle mě sedí pan ministr Pecina. A ten vždycky mezi nás přinese talíř sýrů. A ví, že já se hlídám, tak ho ke mně pořád přisunuje a přisunuje. A na poslední zasedání vlády mi přinesl vidličku.*¹⁵¹

V pozdějších dílech pořadu, se Kraus na sympatie či antipatie politiků k jejich kolegům či rivalům neptal, a pokud politici zmínili jiného politického aktéra, bylo to v rámci širšího vyprávění. Moderátor se spíše vyhýbal tématům politických potyček a neshod mezi stranami a aktéry.

6.4 Moderátor, nebo komentátor?

Už u kategorie Politik: bavič a jeden z nás je zmíněno, že Kraus některým hostům projevoval úctu a některé zase zesměšňoval a hledal mezery ve znalostech hostů. Nejvýraznějším příkladem bylo vystoupení Kateřiny Jacques ze Strany zelených (rozebírané už v teoretické části práce). Jacques nebyla ve stresu schopná uspokojivě vysvětlit, co je to vlastně biomasa. Kraus dlouhé minuty trval na tom, aby mu odpověděla. Na odpovědi trval, ačkoli viděl, že Jacques v té chvíli na otázku odpovědět nedokáže.

Kraus: Mě neutečete. Tu biomasu mi řekněte. Tu biomasu!

Jacques: No biomasa...

Kraus: Neříkejte mi, že je to ekologické odpad, to víme. Ale jak vznikne z toho bordelů, co mám v koši, to, abych to moh' frknout do těch kamen. Mám na to speciální kamna na biomasu.

Jacques se na Krause dívá, krčí rameny a dívá se po publiku.

¹⁵⁰ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000003-uvolnete-se-prosim/obsah/100340-milan-jancik/>.

¹⁵¹ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/210522161800001-uvolnete-se-prosim/obsah/99565-judr-daniela-kovarova/>.

*Kraus: Tak vy jste místopředsedkyně Strany zelených a zůstali jsme viset na biomase.
(...)*

Jacques: My už jsme po hlavu v biomase a zasypaný štěpkou.

Kraus: No ale štěpka, peletky, to je jednoduchý. Ale co je biomasa?

Jacques na Krause hledí, zdvihá obočí. Kraus se poťouchle směje. Bubeník z kapely zahraje několik tónů.¹⁵²

Útočný byl Kraus například i během rozhovoru s tehdejším ministrem zdravotnictví Davidem Rathem.

Kraus: Nebo že byste si otevřel soukromou praxi ještě?

Rath: No ta běží no, ta běží.

Kraus: Prosimvás... a kde? V Praze?

Rath: Chcete ke mně přijít?

Kraus: Na to zatím nemám odvahu, ale...

Rath: Já bych vám pomoh.

Kraus: Já bych radši opravdovýho doktora.¹⁵³

U obou politiků Kraus zpochybnil jejich kompetenci. U Jacques kompetenci k tomu, aby zastávala funkci místopředsedkyně Strany zelených. Zaváhání Jacques svádělo k domněnkám, jak může funkci ve straně, která se živě zajímá o ekologii, zastávat žena, která není schopná odpovědět na otázku, co je to biomasa. U Ratha Kraus zpochybnil jeho lékařskou kompetenci s tím, že k němu jako k doktorovi by neměl odvahu zajít a raději by zašel k „opravdovému“ lékaři.

Kraus ale politiky jen nekritizoval, pochvalně se vyjádřil například o tom, jak bývalý herec Vítězslav Jandák zvládl post ministra kultury: *Já jsem si říkal: to ten Slávek nemůže vůbec dělat. Musím, říct, že zatím jsi mě mile překvapil.¹⁵⁴*

Krausovy komentáře se neomezovaly jen na samotné osoby politiků, vyjadřoval se i k politickým tématům. Z výsledků kvantitativní analýzy vidíme, že tak

¹⁵² Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800013-uvolnete-se-prosim/obsah/75017-katerina-jacques/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800013-uvolnete-se-prosim/obsah/75017-katerina-jacques/).

¹⁵³ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800011-uvolnete-se-prosim/obsah/74058-david-rath/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800011-uvolnete-se-prosim/obsah/74058-david-rath/).

¹⁵⁴ Video dostupné na [www adrese http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000010-uvolnete-se-prosim/obsah/100077-vitezslav-jandak/](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000010-uvolnete-se-prosim/obsah/100077-vitezslav-jandak/).

činil u poloviny hostů. Ke stavu českého soudnictví se vyjadřoval při vystoupení tehdejší ministryně spravedlnosti Daniely Kovářové.

Kraus: Vy jste ministryní důležitého resortu. Tady snad není nic v tak desolátním stavu jako spravedlnost. To se mnou asi budete souhlasit.

Kovářová: To nebudu. Jak jste na to přišel?

Kraus: Takovej je můj pocit občanský.¹⁵⁵

Během rozhovoru s Kateřinou Jacques Kraus zhodnotil české politiky.

Jacques: Vy jste naprosto nadstandardně informovanej.

Kraus: Ne, vy jste zvyklá z parlamentu na blbce a já jsem normální.¹⁵⁶

S ministrem spravedlnosti Pavlem Benešem Kraus hovořil o kauze s katarským princem, který byl v Česku stíháný za pohlavní zneužívání. Němec se osobně zasazoval o předání prince do Kataru, proti ale byla nejvyšší státní zástupkyně Marie Benešová. „Já v tomhle stojím trochu za Benešovou. (...) Mám pocit, že ta Benešová má trochu pravdu,¹⁵⁷ postavil se tehdy na stranu Benešové Kraus.

6.5. Prezentace politika

Rozhodli jsme se také podívat se na účast politických hostů i z jiného úhlu pohledu: jak jsou v pořadu prezentováni – tedy ne, jak oni sami se zde prezentují, ale do jaké polohy jsou výběrem otázek ze strany moderátora či směřováním rozhovoru směřováni. Rozlišili jsme následující kategorie:

6.5.1 Mudrc

Do této kategorie byli stylizováni například bývalý prezident České republiky Václav Havel, známé postavy Sametové revoluce Valtr Komárek a Jiří Dientsbier nebo premiér úřednické vlády Jan Fischer. Hlavním tématem jejich vystoupení bylo hodnocení: politické situace, politických aktérů, společenského klimatu, rekapitulace

¹⁵⁵ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/210522161800001-uvolnete-se-prosim/obsah/99565-judr-daniela-kovarova/>.

¹⁵⁶ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209522161800013-uvolnete-se-prosim/obsah/75017-katerina-jacques/>.

¹⁵⁷ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000030-uvolnete-se-prosim/obsah/100376-pavel-nemec/>.

jejich zkušeností. Moderátor k nim přistupoval s úctou, netropil si legraci na jejich účet a neptal se jich na osobní témata. S Jiřím Dientsbierem se například bavil o jeho možné kandidatuře na příštího českého prezidenta:

Dientsbier: No já si myslím, že už je čas na to, aby to prezidentství bylo trochu civilnější...

Kraus: V jakém smyslu?

Diensbier: Zezačátku bylo třeba v devadesátých letech etablovat tu státní suverenitu v těch symbolech. Druhá věc je, já bych byl jako prezident ne konfliktní, ale konsensuální.¹⁵⁸

6.5.2 Podivín

Osobnosti spadající do kategorie Podivín jsou pravděpodobně nekonformní osobnosti i mimo televizní obrazovku. Kraus se ale zaměřil především na jejich nezvyklé vlastnosti, koníčky nebo rozhodnutí. Senátor a teplický starosta Jaroslav Kubera je známý specifickou rétorikou a v médiích je často vidět coby obhájce zájmů a svobody kuřáků.

Jaroslav Kubera si do pořadu přinesl malý model toalety.

Kraus (překvapený): Když máte ten záchod v ruce, nevím...

Kubera otevře model, který začne hrát.

Kraus: Nevím, jestli... Jo vy jste tady na to.

Kubera: Já mám žaludeční vředy a když mě něco naštve, tak to je... Uvolním se tím. To není konec ještě, vydržte.

Kraus: My to kdyžtak vystříhnem'.¹⁵⁹

Do kategorie Podivín spadá i starosta obce Kravaře, který ve volném čase řídí obecní autobus a do pořadu přišel v jasně bílém obleku, nebo Jana Volfová, která po prostřídání množství politických stran (mimo jiné strana Sociálně demokratické ženy) zakládala vlastní Stranu důstojného života.

¹⁵⁸ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/207562222000020-uvolnete-se-prosim/obsah/99332-jiri-dientsbier/>.

¹⁵⁹ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/207522161800009-uvolnete-se-prosim/obsah/98921-jaroslav-kubera/>.

6.5.3 Kamarád

Do kategorie Kamarád spadala například vystoupení senátorů Martina Mejstříka a Táni Fischerové nebo ministra kultury Vítězslava Jandáka, kteří se s Krausem znali osobně. Krausův přístup k nim byl velmi umírněný, rozhovor měl spíše podobu přátelského povídání bez nepředvídatelných nebo záluďných otázek. Uvolněnější přístup byl v rozhovoru znatelný i u hostů. Fischerová dokonce Krause nazvala asociálem¹⁶⁰.

Kraus: Ahoj, Slávečku.

Jandák: Ahoj, Jeničku.

Kraus: My jsme kolegové herci, my se léta známe. (...) Měli jsme nedávno takovej zádrhel. Já jsem byl proti tomu, abys byl ministříček, teda ministr...

(...)

Kraus: Tady není žádněj zákon o talk show.

(aplaus publika)

Kraus: To je hlasů, hehe! S tímhle se daj vyhrát volby. (...) Že stačí jedna talk show v týhle zemi.

Jandák: Jedna velká... ale tahle!

Kraus: Neřvi! Počkej! Když to takhle řekneš, tak nás to nenechaj udělat.¹⁶¹

6.5.4 Vyvrhel

Hosté v kategorii Vyvrhel měli v pořadu pravděpodobně tu nejnevědnější roli, protože se ocitli v roli člověka, který je pod palbou nepříjemných otázek, na které moderátor zatvrzele vyžaduje odpověď. Pokud se hosté pokusili od tématu utéci, Kraus se k původní otázce vždy vracel. Někteří z hostů tu byli zpovídání kvůli kauzám, ve kterých figurovali. Jiří Čuněk byl obviněný ze sexuálního obtěžování své sekretářky, Vladimír Dryml ze shánění kompromitujících materiálů na poslankyni Orgoníkovou, Stanislav Gross čelil kritice kvůli nejasnému financování svého bytu v Praze. Kraus tu logicky zavedl řeč na pro ně nepříjemná témata.

¹⁶⁰ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/205562222000014-uvolnete-se-prosim/obsah/100396-tana-fischerova/>.

¹⁶¹ Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/206562222000010-uvolnete-se-prosim/obsah/100077-vitezslav-jandak/>.

Kateřina Jacques a David Rath ale součástí žádné politické kauzy v době, kdy v pořadu vystupovali, nebyli. Přesto v rozhovoru museli čelit pro ně nepříjemným otázkám.

6.5.5 Politický matador

Politici matadoři jsou politici, kteří se v této oblasti pohybují už léta, a na jejich vystoupeních byly vidět jejich zkušenosti. Příkladem mohou být například vystoupení Karla Schwarzenberga, Alexandra Vondry nebo Vlastimila Tlustého. Moderátor respektoval jejich postavení a zkušenosti a když si tropil žerty na jejich účet, činil tak s laskavým humorem. Vlastimilu Tlustému, který byl nedlouho před svým vystoupením zbavený svých vysokých funkcí u ODS, Kraus mohl klást nepříjemné otázky, ale spíše na toto téma jen zavedl řeč a nechal Tlustého říct jeho názor.

Kraus: Já jsem koukal, tak vy jste byl takovej tahoun v tý partaji a oni vás vyšoupli nebo co.

Tlustý: Oni mě šetří ted'ka v pelotonu, aby si oddech a načerpal síly.

Kraus: Ono je to zajímavý, vy jste byl takovej hlavní propagátor tý rovný daně, že jo. Asi patnáct procent už jste měl v tý nový nabídce, že jo. To už i já jsem začal bejt rozechvělej. (...)

Tlustý: Tak je to úplně jinak.

Kraus: A jak je to možný, prosim vás. Takovej hlavní představitel ODS.

Tlustý: Tak aspoň vidíte, jak to chodí. Někdo luskne prsty a...¹⁶²

6.5.6 Nadějný nováček

Nadějní nováčci jsou politické osobnosti, které buď do politiky vstoupily nedávno, nebo si jich před nedávnou dobou všimla média. Například chomutovská primátorka Ivana Řápková se v politice pohybovala už léta, pozornost médií ale přilákala až tvrdým přístupem proti chomutovským neplatičům nájmeného, kteří jsou z velké části romského původu. Úplným nováčkem nebyla v době svého vystoupení v pořadu ani komunistická poslankyně Kateřina Konečná. Důvodem k jejímu pozvání byl ale její nízký věk (poprvé se poslankyní stala v jednadvaceti letech). Opravdu

¹⁶² Video dostupné na www adrese <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/208522161800012-uvolnete-se-prosim/obsah/98784-vlastimil-tlusty/>.

novými tvářemi pak byli například představitelé Strany zelených Matěj Stropnický a Martin Bursík.

Hosté z této kategorie byli hlavně představováni – jejich funkce, dosavadní zkušenosti, názory. Kraus projevovat o jejich odpovědi živý zájem a jejich názory spíše glosoval, než zesměšňoval.

7. Závěr

Cílem této práce bylo představit téma konvergence médií a politiky, obzvláště pak konvergence politiky a zábavy, na příkladu pořadu *Uvolněte se, prosím*. V českém prostředí se jedná o poměrně neprozkoumanou oblast, což dokazuje i nedostatek literatury v českém jazyce. V teoretické části je představeno hlavní téma: sbližování politiky a médií. V praktické části jsme zkoumali účast politických hostů v talk show *Uvolněte se, prosím*, která byla (v září 2010 se pod názvem *Show Jana Krause* přesunula na televizi Prima) ekvivalentem v USA velmi oblíbených večerních talk shows.

Díky kvantitativní analýze jsme mimo jiné zjistili, že navzdory tomu, že *Uvolněte se, prosím* bylo pořadem zábavného charakteru, při rozhovorech s hosty převládala ne osobní, ale politická témata. Z politických témat převládaly názory hostů na politická témata. I v kvalitativní analýze jsme zaznamenali, že hosté často prezentovali sami sebe a svůj pohled na různá témata. Politici tak sami sebe prezentovali jako politické celebrity – lidi, u kterých je důležitá jejich osobnost, ne politická témata, která reprezentují.

Uvolněte se, prosím byla v českém televizním prostředí pro politiky pořadem unikátního typu – nikde jinde nedostali tak velký prostor prezentovat sebe sama (zpravidla nešel pod deset minut vysílacího času) před tak velkým počtem recipientů, a to v zábavné formě, kde jim protivníkem nebyl zkušený politický moderátor typu Václava Moravce, ale Jan Kraus, jehož přístup k informacím se omezoval na novinové a agenturní zprávy a který dovede klást nepříjemné otázky, ale stále jsou to otázky méně zasvěcené a spíše se podobající otázkám, které by politikovi kladl běžný volič. Kraus sám přiznává, že na rozhovory s hosty se sám nepřipravuje, k dispozici má dva spolupracovníky, kteří informace o hostech zjišťují.¹⁶³ Sám Kraus na hosty projevoval vlastní názor a pozvané osobnosti sám hodnotil (jak jsme zaznamenali v podkapitole 6.4).

S určitým názorem na ně vstupoval Kraus už na začátku do rozhovorů s politickými hosty. V kvalitativní analýze jsme rozlišili šest kategorií, ve kterých byli hosté moderátorem prezentováni: Mudrc, Politický matador, Vyvrhel, Kamarád, Nadějný nováček a Podivín. Nedomníváme se ale, že například hosté z kategorie

¹⁶³ Informace v článku přístupném na [www](http://hn.ihned.cz/c1-33558860-jan-kraus-nekdy-me-napadaji-hruzy) adrese <http://hn.ihned.cz/c1-33558860-jan-kraus-nekdy-me-napadaji-hruzy>.

Mudrc nebo Politický matador měli během svého vystoupení ulehčenou práci, ačkoli k nim moderátor během rozhovoru projevoval větší respekt než například k Nadějným nováčkům. Na každou kategorii byly kladeny jisté požadavky, každá vyžaduje, aby byl host v mediálním vystupování obratný.

Stejně tak musel host činit, pokud chtěl prezentovat sám sebe a své názory. V podkategorii Politické vizitky jsme si všimli, že političtí hosté se prezentovali jako lidé s určitými vlastnostmi, o kterých se předpokládá, že by je měl politik mít: vhléd do témat, kterými se v politice zabývá, inteligenci, nadhled atd. Záměrně se vyhýbali kritizování politických soupeřů (na které jsou diváci zvyklí spíše u politických debat), hovořili spíše o své vlastní straně.

Účast v *Uvolněte se, prosím* byla pro politiky spíše zkouškou jejich mediálního vystupování a pohotovosti v odpovědích. Ať už se host prezentoval jakkoli, nebo je jakkoli (v jakékoli kategorii) prezentován, záleželo jen na něm samotném, jak v této kategorii uspěje. Například Kateřina Jacques, která byla prezentována v kategorii Vyvrhel, svou roli nezvládla. Ve stejné kategorii byl prezentován i David Rath, ale ten své vystoupení ustál a pohotově na nepřijemné otázky odpovídal.

Důležitou schopností pro politickou celebritu je i smysl pro humor. *Uvolněte se, prosím* byl zábavný pořad a diváci tak od hostů očekávali, že budou určitým způsobem zábavní a jejich vystoupení se musí lišit od vystoupení v diskusním pořadu nebo zpravodajském vstupu. Musí tak zvládnout vystoupení na Cornerově¹⁶⁴ jevišti veřejnosti a popularity, kde široké veřejnosti předvádějí své kvality z politického a osobního života. Politik tu musí ukázat své lidské stránky, dokázat, že je stále obyčejným člověkem – ne někým, kdo stojí nad občany-diváky. Zároveň jim musí ukázat, že má kvality, díky kterým je může reprezentovat.

V Krausově osobě mají politické osobnosti pozorného a sebevědomého soupeře, který se nebojí dát najevo svůj názor. O to důležitější je, aby mu v diskuzi byli zdatnými soupeři, kteří jsou schopní odpovídat věcně, srozumitelně a pokud možno zábavně. Právě osobnost Krause byla důležitou součástí pořadu, Kraus se totiž nebál klást dotěrné a důvěrné otázky a trvat na odpovědích. Jeho povinností není být nestranný, tudíž mu nelze vyčítat, že k hostům už přistupoval s určitou představou a během jejich vystoupení je podle určité kategorie prezentoval.

¹⁶⁴ CORNER, J. *Media and the Restyling of Politics*. Prvním jevištěm je jeviště politických institucí a procesů, kde se představení týká vývoje politických programů a politik, vyjednávání atd. Druhé je jeviště soukromého života, ve kterém politici ukazují své preference, kulturní vkus, rodinný život a přátele, což vytváří spojitost se světem celebrit. Třetím je jeviště veřejnosti a popularity.

Kvalitativní průzkum nám mimo jiné ukázal, že pořad *Uvolněte se, prosím* do určité míry přispíval k politické osvětě. Političtí hosté nechávali diváky nahlédnout do zákulisí politiky, dostávali prostor k vysvětlování politických témat nebo prezentovali, jak oni sami vidí určitou problematiku. Politická témata se tak – v omezené míře – dostávali i k divákům, kteří nejsou pravidelnými diváky zpravodajství. Bohužel, v českém prostředí prozatím neexistuje výzkum, který by zkoumal to, nakolik si diváci berou politické informace ze zpravodajství a nakolik ze zábavných pořadů a pořadů typu soft news.

8. Summary

The aim of this study was to introduce the topic of convergence of media and politics, especially the convergence of politics and entertainment, on the example of talk show *Uvolněte se, prosím* (Relax, please). In the Czech Republic, it is relatively unexplored area, as evidenced by the lack of literature in the Czech language. The theoretical part of this thesis presents the main topic: the convergence of politics and media. In the practical part, we investigate the participation of political guests in the show.

Through quantitative analysis, we discovered that despite *Uvolněte se, prosím* is an entertaining show, the interviews with the political guests dealt not with personal, but political issues. Usually, the guests presented their own opinions and ideas. Even in the qualitative analysis, we noticed that guests often presented themselves and their views on various topics – the politicians presented themselves as political celebrities.

In czech television environment, *Uvolněte se, prosím* was a unique show – nowhere else the politicians got more airtime (usually more than ten minutes of the airtime) to present themselves to such a large number of recipients. For the politicians, the participation in *Uvolněte se, prosím* was mostly about media performance and the ability to show how witty they are. It mattered only on the quests if they succeed as good politicians in the eyes of the viewers.

Qualitative research, among other things, showed that the show contributed to the political awareness of the audience to some extent. Political guests let viewers peek into the backstage politics, given space to explain or present political issues and say as they see a problem. In this way, the political issues are delivered to the viewers who are not regular viewers of news shows. Unfortunately, in the Czech media environment there is no research so far that would examine the extent to which the viewers take political information from news shows and from entertainment programs and soft news shows seriously.

Seznam literatury

- AVERY, J. M. *Videomalaise or Virtuous Circle? The Influence of the News Media on Political Trust*. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*. 2009, roč. 14, č. 4, s. 410-433.
- BAYM, G. *The Daily Show : Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism*. In *Political Communication*. 2005, roč. 22, č. 3, s. 259-276.
- BAUM, M. A. *Soft News Goes to War : Public Opinion and American Foreign Policy in the New Media Age*. Princeton, NJ : Princeton University Press, 2005.
- BLUMENTHAL, S. *The Clinton Wars*. New York : Farrar, Straus and Giroux, 2003.
- BOURDIEU, P. *Distinction : a social critique of the judgment of taste*. Cambridge : Harvard University Press, 1984.
- CORNER, J. *Media and the Restyling of Politics*. London : Sage, 2003.
- CORNER, J. *Mediated persona and political culture*. In *Media and the Restyling of Politics*. London : Sage, 2003, s. 66-84.
- DAHLGREN, P. *Media and political engagement : Citizens, communication, and democracy*. Cambridge : Cambridge University Press, 2009.
- DAHLGREN, P. *Media, Citizenship, and Civic Culture*. In *Mass Media and Society*. London : Arnold, 2000, s. 310-328.
- DAHLGREN, P. *Television and the public sphere : citizenship, democracy, and the media*. London : Sage, 1995.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA : Sage, 2005.
- FAIRCLOUGH, N. *Media Discourse*. London : Arnold, 1995.
- HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge : Polity Press, 1989.
- HENDL, J. *Úvod do kvalitativního výzkumu*. Praha : Karolinum, 1997.
- HEYWOOD, A. *Politologie*. Praha : Eurolex Bohemia, 2004.
- HOFFMANOVÁ, J., ČMEJRKOVÁ, S. *Jazyk, média, politika*. Praha : Academia, 2003.
- IYENGAR, S., MCGUIRE, W. *Exploration in political psychology*. Durham : Duke University Press, 1993.

JONES, J.P. *Entertaining politics : new political television and civic culture*. New York : Rowman and Littlefield, 2004.

LICHTER, R., LICHTER, L., AMUNDSON, D. Government goes down the tube: images of government in TV entertainment, 1955-1998. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*. 2000, roč. 5, č. 2, s. 96–103.

LINDLOFF, T. R.; TAYLOR, B. C. *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks: SAGE, 2002.

MARSHALL, C.; ROSSMAN, G. B. *Designing Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA : Sage, 1998.

MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. „Mediation” of Politics : a Challenge for Democracy?. In *Political Communication*. 1999, roč. 16, č. 3, s 247–261.

MERONEY, J. Late-night politics. In *The American Enterprise*. 2000, roč. 11, č. 7, s. 51.

MEYER, T. *Media Democracy : How the Media Colonise Politics*. Cambridge: Polity, 2002.

MUSIL, J. Úvod do sociální a masové komunikace. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008.

MCNAIR, B. *Journalism and Democracy : an evaluation of the political public sphere*. London and New York : Routledge, 2000.

NIVEN, D.; RICHTER, R.; AMUNDSON, D. The political content of late night comedy. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*. 2003, roč. 8, č. 3, s. 118-133.

NORRIS, P. *A Virtuous Circle*. Cambridge : Cambridge University Press, 2000.

PETERSON, R.L. *Strange bedfellows: how late-night comedy turns democracy into a joke*. Fredericksburg : Rutgers University Press, 2008.

POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti. Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha : Mladá fronta, 1999.

RIEGERT, K. *Politicotainment (Popular Culture and Everyday Life)*. New York : Peter Land, 2007.

ROBINSON, M. J. “Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise.” In *American Political Science Review*. 1976, roč. 70, č. 2, s. 409-32.

RUPPERT, M.C. *Crossing the Rubicon: The decline of the American empire at the end of the age of oil*. New York : New Society Publishers, 2004.

SENNETT, R. *The Fall of Public Man*. New York : Penguin, 2003.

- SCHULZ, W.; SCHERER, H.; HAGEN, L.; REIFOVÁ, I.; KONČELÍK, J. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 2004.
- STRAUSS, A.; CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu : postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno : Podané ruce, 1999.
- STREET, J. *Politics and Popular Culture*, Cambridge : Polity Press, 1997.
- STREET, J. The celebrity politician : Political style and popular culture. In *Media and the restyling of politics*, s. 85-99. London : Sage, 1999.
- THOMPSON, J. B. *The Media and Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1995.
- TURNER, G. *Understanding Celebrity*. London : Sage, 2004.
- WAGG, S.1998. “‘They Already Got a Comedian for Governor’ — Comedians and Politics in the United States and Britain.” In *Because I Tell a Joke or Two : Comedy, Politics, and Social Diference*. New York: Routledge, 1998. S. 244–72..
- WEISKEL, T.C. From Sidekick to Sideshow – Celebrity, Entertainment, and the Politics of Distraction : why Americans Are „Sleepwalking Toward the End of the Earth“. In *American Behavioral Scientist*. 2005, roč. 49, č. 3, s. 393-409.
- WEST, D.; ORMAN, J. *Celebrity politics*. Upper Saddle River : Prentice Hall, 2003.
- WITTEBOLS, J. *Watching M*A*S*H, Watching America*. Jefferson, NC: McFarland, 1998.
- YOUNG, D. G; TISINGER, R.M. Dispelling Late-Night Myths: News Consumption among Late-Night Comedy Viewers and the Predictors of Exposure to Various Late-Night Shows. In *The Harvard International Journal of Press/Politics*. 2006, roč. 11, č. 3, s. 113-134.
- ZOONEN, L. van. *Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge*. Lanham, MD : Rowman & Littlefield, 2005.

Seznam elektronických zdrojů

Internetový archiv České televize

- www.ivysilani.cz

Česká televize

- www.ceskatelevize.cz

Ihned.cz

- www.ihned.cz

Sedmička.cz

- www.sedmicka.cz

Ona.idnes.cz

- www.ona.idnes.cz

Aktuálně.cz

- www.aktualne.cz

Novinky.cz

- www.novinky.cz

Lidovky.cz

- www.lidovky.cz

Parlamentní listy

- www.parlamentnilisty.cz

Fórum 50 %

- www.padesatprocent.cz

Centrum pro výzkum veřejného mínění

- www.cvvm.cz

Youtube

- www.youtube.com