

# Manipulativní praktiky TV Barrandov a TV Nova

Ondřej Vaněk

---

Bakalářská práce  
2019



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav marketingových komunikací  
akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Ondřej Vaněk  
Osobní číslo: K14148  
Studijní program: B7202 Mediální a komunikační studia  
Studijní obor: Marketingové komunikace  
Forma studia: prezenční

Téma práce: Manipulativní praktiky TV Barrandov a TV Nova

Zásady pro vypracování:

1. Zpracujte rešerši literatury pojednávající o marketingu a jeho manipulativních technikách.
2. Zpracujte analýzu komunikace TV Barrandov a TV Nova, na jejímž základě určíte, jaké manipulativní techniky tyto stanice používají.
3. Na základě zpracovaných dat proveďte kvantitativní šetření, pomocí kterého zjistíte, jakou mírou manipulativní techniky působí na diváky.
4. Na základě získaných dat vyhodnoťte, jak manipulativní praktiky daných TV stanic působí na jejich diváky.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

1. VERNER, Pavel. Propaganda a manipulace. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. ISBN 978-80-7452-015-0
2. KLAPETEK, Milan, 2008, Komunikace, argumentace, rétorika. 1. vydání, Praha: Grada, ISBN: 978-80-247-2652-6.
3. VYBÍRAL, Zdeněk, 2009 Psychologie komunikace, 2. vydání, Praha: Portál, ISBN: 978-80-7367-387-1.
4. VYSEKALOVÁ, Jitka, KOMÁRKOVÁ, Růžena, Psychologie reklamy. Praha: Grada Publishing s.r.o., 2000. ISBN 80-247-9067-X
5. FTOREK, Jozef. Manipulace a propaganda: na pozadí současné informační války. První vydání. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0605-9.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Michal Stránský, PhD.

Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce:

31. ledna 2019

Termín odevzdání bakalářské práce:

26. dubna 2019

Ve Zlíně dne 1. dubna 2019



doc. Mgr. Irena Armulidisová  
děkanka



Mgr. Josef Kocourek, PhD.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

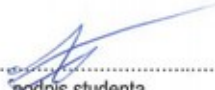
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 26.4.2019.....

Jméno a příjmení studenta: Ondřej Kautík.....

  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce se zabývá využitím manipulativních praktik TV Barrandov a TV Nova. Účelem práce je zjistit do jaké míry dané TV stanice v analyzovaných pořadech využívají manipulativní praktiky a jak je vnímají respondenti. Práce je rozdělena na dvě části. V první, teoretické části jsou vymezeny pojmy spojené s manipulací médií a manipulací obecně. Na závěr je představena metodika pro praktickou část. V praktické části dochází k charakteristice zkoumaných TV stanic. Poté dochází k analýze manipulativních výroků, které jsou následně použity pro kvantitativní výzkum. Na závěr praktické části je díky výzkumu zodpovězeno na výzkumné otázky.

Klíčová slova: Manipulativní praktiky, Masová komunikace, argumentace, rétorika, TV

## **ABSTRACT**

This Bachelor thesis is called Manipulative techniques used by TV Barrandov and TV Nova. Purpose of this thesis is analyzing if these TV companies are using manipulation techniques in their programme and how respondes are aware of it. Thesis is divided into two parts. First part is the theoretical part and describe the therminology conjucted with manipulation of medias and manipulation generally. practical part is attending characterision of explored TV channels. After that attend to analysion of manipulation statements, which are ussed for kvantitavive research. In the end of practical part are found answers of reseach questions.

Keywords: Manipulative techniques, mass communication, argumentation, rhetoric, TV

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce panu Mgr. Michalu Stránskému, Ph.D., za vedení a odbornou pomoc, kterou mi poskytl při zpracovávání této bakalářské práce. Dále děkuji především své rodině a také přátelům za podporu během studia.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>10</b>
<b>1 MANIPULACE .....</b>	<b>11</b>
1.1 MANIPULACE VE SROVNÁNÍ S MYSTIFIKACÍ A PERSVAZÍ .....	11
1.2 RÉTORIKA .....	11
1.3 ARGUMENTACE .....	12
1.4 MANIPULATIVNÍ PRAKTIKY .....	12
1.5 MANIPULACE A ŘEČ TĚLA .....	16
<b>2 KOMUNIKACE A MASOVÁ KOMUNIKACE.....</b>	<b>19</b>
2.1 MASOVÁ KOMUNIKACE .....	19
2.2 MANIPULACE V MASOVÉ KOMUNIKACI .....	20
2.3 MASOVÁ MÉDIA .....	20
<b>3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM .....</b>	<b>22</b>
3.1 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM.....	22
3.2 PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	22
<b>4 METODIKA PRÁCE.....</b>	<b>24</b>
4.1 CÍL VÝZKUMU .....	24
4.2 VÝZKUMNÁ OTÁZKA .....	24
4.3 METODOLOGICKÝ POSTUP.....	24
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>25</b>
<b>5 HISTORIE A CHARAKTERISTIKA TV BARRANDOV .....</b>	<b>26</b>
5.1 POŘAD MOJE ZPRÁVY .....	27
5.2 RÉTORIKA A ŘEČ TĚLA MODERÁTORA POŘADU MOJE ZPRÁVY.....	29
<b>6 CHARAKTERISTIKA TV NOVA.....</b>	<b>30</b>
6.1 POŘAD STŘEPINY .....	30
6.2 RÉTORIKA A ŘEČ TĚLA MODERÁTORKY POŘADU STŘEPINY.....	31
<b>7 VÝZKUMNÁ PRÁCE .....</b>	<b>33</b>
7.1 PŘEDSTAVENÍ UŽITÝCH VÝROKŮ TV BARRANDOV .....	33
7.2 PŘEDSTAVENÍ UŽITÝCH VÝROKŮ TV NOVA .....	35
7.3 ANALÝZA ODPOVĚDÍ RESPONDENTŮ NA VÝROKY .....	36
7.3.1 Kde nejčastěji čerpáte informace? .....	37
7.3.2 Věk respondentů.....	37
7.3.3 Vzdělání respondentů.....	38
7.3.4 Bydliště respondentů.....	39
7.3.5 Manipulativní výroky TV Barrandov.....	39

7.3.6	Manipulativní výroky TV Nova.....	43
7.4	ODPOVĚĎ NA VÝZKUMNOU OTÁZKU .....	47
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>49</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>50</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>52</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>53</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH: .....</b>	<b>54</b>



## ÚVOD

Téma této bakalářské práce zní Manipulativní praktiky TV Barrandov a TV Nova. Toto téma bylo zvoleno z důvodu jeho aktuálnosti, neboť se stále rostoucím vlivem médií je možné, že bude docházet i k rozsáhlejší manipulaci. Vybrány byly TV Barrandov a TV Nova z důvodu, že ve spojitosti s manipulačními praktikami se mluví nejvíce právě o těchto televizních stanicích. Především však o první zmiňované.

TV Barrandov byla již několikrát napomínána Radou pro rozhlasové a televizní vysílání a hrozilo jí dokonce odebrání vysílací licence. Ani TV Nova se v minulosti nevyhnula kontroverzím.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části práce dochází k rešerši odborné literatury na dané téma a kombinuje pohled na tuto problematiku od více autorů. Dochází k vymezení důležitých pojmů týkajících se manipulativních technik, rétoriky a masové komunikace. Tyto pojmy jsou poté využity v praktické části. Cílem práce je rozhodnout na základě kvantitativního výzkumu, do jaké míry TV stanice využívají manipulativních praktik a do jaké míry jim důvěřují příjemci těchto výroků.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 MANIPULACE

Slovo manipulace má původ v latinském jazyce, skládá se ze dvou slov manus – „ruka“ a plere – „plnit“. Termín manus pellere, lze doslovně přeložit jako „mít v dlani něčí dlaň“. V českém jazyce tuto větu charakterizuje rčení „mít někoho v hrsti“. (Wróbel, 2008, s. 17)

Dříve bylo slovo manipulace používáno ve smyslu fyzické manipulace s materiálem a podobně. Druhotný význam slova manipulace ve smyslu ovlivňovat chování a mínění někoho se poprvé začal objevovat v politické sféře v 70. letech 20. století. (Wróbel, 2008, s. 18)

Edmuller a Willhelm (2009, s. 15) definuje manipulaci jako: „*záměrné nebo nevědomé používání neférového způsobu chování.*“ A dále uvádí, že manipulovat lze v kterékoliv komunikační situaci, ať už jde o řešení konfliktu, informativní rozhovor, kritiku, pohovor, rozhodovací proces nebo běžnou diskusi mezi přáteli.

### 1.1 Manipulace ve srovnání s mystifikací a persvazí

Termín mystifikace v psychologii začal používat anglický psychiatr Laing v roce 1965. Mystifikátor se snaží svému publiku říci, že to, co si myslí, vidí nebo slyší není pravda a snaží se příjemcům vnutit svou vlastní pravdu. Mystifikace jsou vždy manipulacemi a v některých případech mohou mít podobu provokace. (Vysekalová, 2012, s. 59)

Gálík (2012, s. 9-10) vysvětluje, že persvaze je formou komunikace, která se snaží někoho úmyslně ovlivnit, a jestliže je persvaze úspěšná, dojde ke změně duševního stavu recipienta. Klíčovým prvkem persvaze, kterým se liší od klasické manipulace je zdůraznění svobodné volby a vůle recipienta.

### 1.2 Rétorika

Rétorika je věda pojednávající o tom, jak argumentovat pomocí vhodně uspořádaného mluveného projevu, tak aby odesílatel dokázal přesvědčit své posluchače. Tato vědecká disciplína vznikla již v 5. století př. n. l. v antickém Řecku. (Horák, © 2017)

Kraus in Vybíral (2009, s. 23) definuje rétoriku jako „*učení o tom, jak působivě formulovat myšlenky a získávat posluchače na svou stranu.*“

Klapetek (2008, s. 69-81) popisuje druhy dělení rétoriky. Základní rozdělení určuje podle způsobu delegace:

- a) Jednání za sebe, na svůj účet a riziko
- b) Jednání za množinu lidí či institucí, které je rétor součástí
- c) Jednání jménem cizího subjektu

Další dělení rétoriky rozlišuje Klapetek (2008, s. 69-81) podle počtu oslovených, míry, oboru, stylu, odbornosti nebo dle délky či záměru řečnického výkonu.

### 1.3 Argumentace

Každý argument lze podrobit logické analýze. Jednotlivé části logických argumentů se nazývají výroky nebo tvrzení a tyto výroky mohou být buď pravdivé nebo nepravdivé. Jejich pravdivost odhalí zmiňovaná analýza logické argumentace. Argumentace se dělí na tři části:

- a) Předpoklad (premise) – je založený na jednom nebo více výrocích a je jednoznačně ustanoven.
- b) Odvození – bývá popsáno slovy „z toho vyplývá“ a snaží se z tvrzení odvodit výrok
- c) Závěr – díky premise a odvození přichází konečná fáze – argumentační závěr. (Verner, 2011, s. 95-96)

### 1.4 Manipulativní praktiky

V této kapitole jsou představeny manipulativní praktiky jednotlivých autorů. Například Ftorek (2017, s. 23-25) uvádí tyto nejčastěji používané techniky rétorické a argumentační manipulace:

#### **Argumentum ad personam**

Spočívá v tom, že nebere v úvahu věcné argumenty oponenta a snaží se jej verbálně zesměšnit nebo urazit odkazováním na jeho sníženou neschopnost, důvěryhodnost nebo nedokonalost.

### **Reductio ad absurdum**

Odmítání racionálního argumentu s odkazem na to, že shodným způsobem argumentovala osoba, jež je veřejně odmítána pro její nepřijatelnou politickou praxi. (reductio ad Hitlerum, Stalinum,..)

### **Paluba vítězů**

Tato technika zneužívá přirozené touhy většiny lidí, být na vítězné, mocnější straně a vyhnout se tak izolaci a splynout s davem. Pro příklad lze uvést známé heslo „Kdo neskáče, není Čech“.

### **Věčné opakování**

Využívá princip neustálého opakování určité myšlenky. Výstižně tuto techniku popisuje Gobbelsovo heslo: „Stokrát opakovaná lež se stává pravdou.“

### **Citace autority**

Technika se snaží legitimizovat argument přímou citací nebo odvoláním na podobnou argumentaci od uznávané osoby, čímž výrok získá prestiž a manipulátor tak snadněji získá souhlasnou podporu tohoto výroku od oponenta.

### **Černá, nebo bílá**

Má za cíl omezit volbu jen na dvě možnosti. Např.: „Buď jsi s námi, nebo proti nám.“ Manipulátor tedy oponentovi dává volbu vybrat si pouze z jedné možnosti a nedává možnost kompromisu.

### **Obyčejný člověk**

Tato technika se snaží stylizovat politiky nebo manažery do role „obyčejných lidí, nebo řadových zaměstnanců.“ Provádí to například tak, že na den pracuje s dělníky, nejčastěji za doprovodu médií. Stylizace do rolí obyčejných lidí se projevuje také ve verbální komunikaci, kdy dotyčný ve své mluvě používá hovorové a někdy i pepnější výrazy.

### **Obětní beránek**

Manipulátor se snaží přenést pozornost a odpovědnost za problémy na určité jednotlivce nebo skupiny. Demonstrativní potrestání těchto jednotlivců nebo skupin, tak slouží jako odplata a vede ke zmírnění společenského napětí ve frustrované společnosti.

### **Spin (či spin doctoring)**

Slovo spin je chápáno jako manipulace nebo faleš. Spin doctoring představuje zlehčování špatných zpráv užitím slov, která mění význam i emotivní náboj daných informací. Zpráva tak vyznívá jinak, když moderátor řekne: „Česká republika má šanci, že v ní bude vybudovaná protiraketová základna americké armády.“, než když řekne že: „Česká republika je jedním z kandidátů preferovaným USA pro případné umístění raketové základny americké armády.“

Další druhy manipulativních technik představuje Edmuller a Wilhelm (2011, s. 123-240). Manipulace se zde dělí do dvou kategorií na psychologické a logické manipulace. Zde je výčet těch nejčastěji vyskytujících se v manipulační praxi:

### **Bludný kruh**

Taktika bludného kruhu je aplikována, pokud manipulátor neustále opakuje totéž. Svoje stanoviska zdůvodňuje neustálým opakováním nebo jinou formulací stejné myšlenky. Bludný kruh také může být maskován tak, že zdůvodnění, které podporuje původní tvrzení, je jinak formulováno.

### **Pesimismus**

Manipulativní technikou může být také záměrný pesimismus. Uplatňuje se například tehdy, když se manipulátor postaví do role odpůrce určitého postoje a vykresluje scénář drastických a negativních důsledků, jež z postoje plynou. Manipulátor se snaží publikum či oponenta zastrašit, aby své postoje vzdal.

### **Skuzavka**

Manipulativní technika zvaná skluzavka je podobná s pesimismem, neboť i zde se manipulátor snaží poukázat na negativní důsledky. Rozdíl s technikou pesimismu je však takový, že u Skluzavky dochází k určitému vystupňování. Ideou skluzavky je, že pokud jednou vstoupíme na skluzavku, už není možnost zastavení. Taktika skluzavky se jinak nazývá také jako „lavinový argument“.

### **Osobní útok (argumentum ad hominem)**

V některých případech se manipulátor nesnaží o vytvoření zdání věcné argumentace a rovnou na svého oponenta zaútočí. Tato taktika bývá též nazývána termínem argumentum ad

hominem. Osobní útoky lze rozdělit na přímé, kdy manipulátor zpochybňuje oponentův charakter, motivy či důvěryhodnost, a nepřímé útoky, které se vyskytují častěji než přímé útoky. Manipulátor se u nepřímého útoku snaží poukázat na rozpor mezi argumenty a postoji oponenta nebo jeho chováním či dřívějšími výroky.

### **Trik s perspektivou pohledu**

Jestliže, se někdo vyhýbá argumentaci pro a proti, dopouští se chyby jednostranné perspektivy. Omylu se osoba dopouští i pokud vidí pouze výhody nebo naopak pouze nevýhody. Pravdou je, že v obou případech je postrádán objektivní pohled. Manipulátor této techniky může využívat například tak, že zmíní zcela marginální nevýhodu, aby vyvolal dojem, že ustupuje na druhou stranu, ale následně vyjmenuje množství pozitivních aspektů, které ty negativní jasně převyšují.

### **Klamná analogie**

Klamná analogie je velmi účinným falešným argumentem. Technika využívá porovnávání mezi dvěma různými situacemi nebo věcmi. Princip klamné analogie spočívá v tom, že manipulátor srovnává situace, s kterými můžeme jen souhlasit nebo v opačném případě je jasně odmítnout. Cílem manipulátora pak je, aby danou situaci, s níž oponent souhlasí převedl i na situaci, jež je předmětem diskuze.

### **Efekt kotvení**

U této techniky manipulátor tzv. „hodí“ kotvu s informacemi. Dané informace pak ovlivní oponentovo uvažování, neboť oponent má tendenci přizpůsobit svůj názor těmto bezprostředním informacím.

V posledních letech se především v internetové komunikaci začaly vyskytovat nové formy manipulativních praktik, které popisuje Kulhánek (© 2015):

### **Hoax**

Hoax je označení pro lživé, poplašné zprávy, jež však na své publikum působí natolik věrohodně, že jim samo uvěří a šíří je dál. Pokud se časem ukáže, že zpráva byla lživá, náprava nebo omluva se už dostane jen k části z celkového publika.

### **Generalizace**

Manipulátor se snaží posílit informaci a následnou emocionální reakci tak, že se ji snaží doplnit zobecnujícím komentářem nebo v druhém případě začne popisovat obecný jev a informaci uvede pouze jako jeden z příkladů.

### **Zdání odborné garance**

Pokud chce manipulátor dát větší váhu svému sdělení, snaží se citovat odborníka, i když často není uveden zdroj citace nebo protinázor. Citace bývají vytrženy z kontextu, nebo dokonce dochází k její úpravě.

### **Kumulace podobných témat**

Pokud manipulátor ke své zprávě přidá další zprávy, které vyvolávají podobné emoce, dostane celé sdělení větší emocionální náboj, a tím ve svém publiku vyvolá větší vztek.

### **Podsunutí vlastního názoru**

Jestliže se manipulátor snaží prosadit nenápadně svůj pohled na věc, tak kromě svého tvrzení interpretuje i jiné, které zní hloupě. Jako jediný správný a rozumný názor pak mezi ostatními vypadá názor manipulátora.

### **Devalvace jiného názoru**

Stává se, že manipulátor nedokáže svůj názor relevantně argumentovat. V ten moment mu nezbyvá nic jiného než se uchýlit k znehodnocení zdroje. Příjemce už pak s velkou pravděpodobností nebude zkoumat daný zdroj.

### **Skandální křik**

Tato technika spočívá ve zvýraznění nebo zviditelnění sdělení. Pokud bude daný výrok vyčnívat mezi nepřeborným množstvím sdělení, dostane se k více příjemcům.

## **1.5 Manipulace a řeč těla**

Řeč těla je primární a bezprostřední způsob vyjadřování člověka. Stejně tak jako lze manipulovat se slovy, lze manipulovat i prostřednictvím signálů těla. Manipulace s pomocí řeči těla je primárně vedena na emocionální úrovni. Manipulátor se svou řečí těla například snaží demonstrovat důvěru, otevřenost nebo se snaží tvářit suverénně. Řeč těla nejvíce ovlivňují tyto faktory: (Bruno, Adamczyk, 2012, s. 17)



### **Držení těla a styl chůze**

Držení těla reflektuje duševní rozpoložení člověka a na jeho základě lze usoudit v jakém emocionálním stavu se daná osobnost nachází. Znak správného držení těla lze charakterizovat podle dvou základních charakteristik. Jde především o správné uvolnění a otevřenost těla.

Pokud je tělo příliš napjaté, znamená to, že osoba je pod velkým tlakem a hůře reaguje na okolí. Napjaté držení těla poté vyvolává negativní signály a může tak odradit okolí. Opakem je příliš uvolněné držení těla, které zase v okolí vyvolává lhostejnost nebo nedostatek zájmu. V ideálním případě by držení těla mělo působit uvolněně ale zároveň soustředěně.

Důležitá je také otevřenost těla. Jestliže držení těla působí uzavřeně, může to vůči druhým působit nedůvěřivě a okolí to může pochopit tak, že o něj nemáme zájem. Stejně nedůvěřivě může také působit přešlapování na místě. Nežádoucí je i příliš nadřazený nebo podřazený postoj.

U stylu chůze je nejdůležitější délka a rychlost kroků. Dlouhé kroky a energické tempo demonstruje dominanci, rozhodnost a vitalitu. Naopak pomalé kroky působí váhavě a nejistě. Je také nezbytné vyvarovat se houpavé, cupitavé nebo vleklé chůzi.

### **Mimika a gesta**

Obličej člověka zpravidla prozradí nejvíce. V západní kultuře je společenským standardem přímý a častý oční kontakt, kterým projevujeme zájem o druhého. Podstatná je i poloha hlavy. Je potřeba se vyvarovat pohledům zdola, které působí ustrašeně, a zároveň pohledům shora, které naopak působí arogantně.

Gestikulace rukou doprovází mluvenou řeč a činí komunikaci čitelnější. Gestikulace nesmí být přehnaná a trhaná, neboť by způsobila neklid. Pokud gesta nesedí s mluvou, mohou prozradit skutečné myšlenky mluvčího.

Pozdrav podáním ruky by měl být zdvořilý a odměřený. Stisk by měl být pevný ale ne příliš. Délka potřásání poodhaluje vřelost vztahu.

### **Hlas a intonace**

Hlasu a intonace si lidé obvykle všimají více než samotného obsahu sdělení. Úspěšná komunikace z 38 % spočívá ve správném použití hlasu a techniky mluvy. Nervozita v hlase se odráží nejvíce, hlas může přeskakovat nebo úplně selhat. Klíčový pro správnou mluvu a

intonaci je správný dech, který by měl být volný a hluboký. Ideální projev by měl působit klidně, jasně a dynamicky.

### **Statusy a teritoria**

Každý člověk zaujímá určitý status podle postavení ve společnosti. Každá osobnost favorizuje určité postavení, v kterém jedná nejraději. Pokud je donucena zaujmout jiný status, tak jí to znejistí. Mezi hlavní znaky vyššího postavení patří vzpřímený postoj těla, výrazná gesta a přímý pohled. Charakteristické pro osobu s nižším statusem je shrbené držení těla, váhavá chůze, nejistý postoj, absence gest či tichý hlas.

Teritoria jsou určena intimní zónou. Pokud jedna ze stran tuto zónu překročí, protějšek se cítí podrážděn. Průnik do zóny druhého lze chápat jako projev důvěry, ale může také vyvolat agresivní reakci.

### **Tělesné typy**

Osobnost určité osoby se nedá jednoznačně přiřadit k dané typologii, ale často převládají příznačné vlastnosti, na základě kterých lze člověka přiřadit k danému tělesnému typu.

Například dominantní typ se snaží držet vše pevně v rukou a udržet si moc. Pečlivý typ se snaží co nejvíce ověřovat informace a nedopouštět se chyb. Podnikavý typ potřebuje být co nejvíce v pohybu a působit energicky. Kontaktní typ dává důraz na dobré vztahy a snaží se budovat mezi protějšky důvěru. Plachý typ se prezentuje nenápadně, působí citlivě, má nesmělý pohled a tichý hlas.

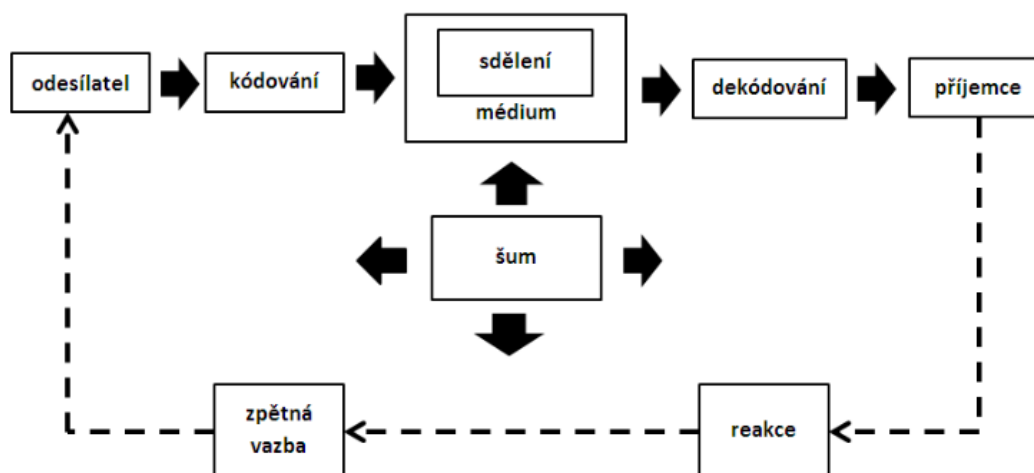
## 2 KOMUNIKACE A MASOVÁ KOMUNIKACE

Srpová a další (2007, s. 11) vysvětluje, že komunikací se rozumí pohyb nebo výměna informací, které jsou součástí komunikačního procesu. Daný proces může zahrnovat několik podob, které jsou závislé na počtu zapojených účastníků.

Vysekalová (2012, s. 30) při definici komunikace odkazuje na padesát let starou Laswellovu charakteristiku, která komunikační proces vyjadřuje velmi stručně a zjednodušeně:

Kdo říká – co – jakými prostředky – komu – s jakým účinkem

Hlavními stranami procesu komunikace je odesílatel a příjemce. Mezi významné prvky patří také zakódování sdělení do formy vyjádření a dekódování, které lze chápat jako překlad příjemce vyslaného sdělení. Při kódování vzniká často problém, neboť je důležité, aby příjemce chápal zprávu ve stejném významu jako její odesílatel. Proto je pro efektivní komunikaci klíčová jasná interpretace přenášené zprávy.



Obrázek 1: Schéma komunikačního procesu (zdroj: Kotler, 2007, s. 577)

### 2.1 Masová komunikace

Například J. Turow popisuje masovou komunikaci jakožto: „*industrializovanou produkci a mnohonásobnou distribuci sdělení, prostřednictvím technologických zařízení*“ (Turow in Srpová, a další, 2007, s. 12)

Výrost a Slaměník (1998, s. 31) definují pět nejdůležitějších rysů masové komunikace:

1. Množinový charakter komunikace: původcem i příjemcem je množina
2. Veřejný charakter: dostupnost každému potenciálnímu zájemci
3. Trvalé rozdělení rolí původce a příjemce
4. Původce a příjemce nejsou v přímém kontaktu
5. Na příjemcovu zpracování může mít vliv přítomnost jiných lidí

Urban, Dubský a Murdza (2012, s. 40) definují, že masová komunikace představuje formu veřejného oznamování, jenž je prováděna specializovanými skupinami s využitím moderních technických postupů a prostředků. Masová komunikace je uskutečňována směrem k rozsáhlému, heterogennímu a rozptýlenému publiku za prostorové či časové distance komunikujících entit, které se až na výjimky osobně neznají.

Masová komunikace má buď charakter dialogu, kdy má příjemce reálnou šanci reagovat nebo monologu. Mezi formy komunikace pomocí dialogu patří například pořady, kde do živého vysílání vstupují posluchači z řad veřejnosti, veřejné debaty mezi mluvčím a publikem nebo průzkumy veřejného mínění.

Komunikace s veřejným publikem nejčastěji probíhá v podobě oslovení příjemců produktem. Mezi nejčastější formy tohoto produktu patří tiskoviny, televizní pořady, billboardy nebo katalogy. (Vybíral, 2009, str. 157-158).

## **2.2 Manipulace v masové komunikaci**

V masové komunikaci převládá jednosměrná komunikace pomocí monologu od odesílatele k příjemcům, u které se prosazují přesvědčovací a manipulativní strategie, které jsou promyšlené a ve velké míře jsou uskutečňovány s důmyslným maskováním pravého záměru. Odesílatel má často připraveny odpovědi na reakce publika, ačkoliv se publiku tyto reakce můžou zdát jako spontánní. (Vybíral, 2009, str. 157-158)

## **2.3 Masová média**

Masová média představují komunikační prostředky a instituce, které velkokapacitně produkuje sdělení veřejného charakteru a toto sdělení distribuují širokému publiku. Masová média zahrnují noviny, časopisy, knihy, film, televizi a další druhy masově šířených obrazových a

zvukových záznamů. Pojem masová média lze jinak nazvat také jako hromadné sdělovací prostředky. (Urban, Dubský a Murdza, 2012, s. 48)

Toto tvrzení potvrzuje i Jirák a Köpplová (2015, s. 20-21), když shrnují, že společnými prvky masových médií je to, že jsou: „*obsahově univerzální, mají velkou popularitu a jsou v zásadě veřejné povahy.*“ a dále ještě uvádí, že: „*Masová média jsou součástí a iniciátorem svérázné celospolečenské, historickým vývojem podmíněné komunikační aktivity člověka, že představují svébytnou oblast sociální komunikace.*“

### 3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Pro prezentaci výsledků výzkumu je žádoucí písemná prezentace. Text prezentace by měl být psán v přítomném čase a stylistika textu by měla být čtivá. Pravidlem je, že číselné údaje by měly být vyjádřeny v procentech, neboť mají větší vypovídací schopnost. Pro kvalitnější interpretaci výsledků je vhodné využívat grafického zpracování. (Kozel, 2006, s. 105)

#### 3.1 Kvantitativní výzkum

Primárním účelem kvantitativního výzkumu je získání měřitelných číselných údajů. Pro naplnění podmínek shromažďování dat a zaručení statisticky spolehlivých výsledků je nutno pracovat s velkým počtem respondentů v procesu formálního dotazování. Hlavní otázkou kvantitativního výzkumu je „Kolik?“.

Sběr dat u kvalitativního výzkumu má určité zásady. Shromážděná data by měly být sbírány ve stejném období, shodnou strukturou a shodným způsobem sběru. Pro sledování vzájemné závislosti je podmínkou, aby soubor dat byl dostatečně rozsáhlý. (Kozel, 2006, s. 120)

#### 3.2 Proces marketingového výzkumu

Proces marketingového výzkumu rozděluje Kozel (2006, s. 70-74) na dvě základní etapy s dalšími dílčími body:

##### **Přípravná etapa**

1. Definování problému, cíle
2. Orientační analýza situace
3. Plán výzkumného projektu

##### **Realizační etapa**

4. Sběr údajů
5. Zpracování shromážděných údajů
6. Analýza údajů
7. Interpretace výsledků výzkumu
8. Závěrečná zpráva a její prezentace



## 4 METODIKA PRÁCE

### 4.1 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je zjistit, jakým způsobem probíhá vysílání v určených pořadech TV Nova a TV Barrandov. Zda a do jaké míry se v pořadech vyskytují manipulativní praktiky, a které techniky v těchto pořadech převládají. Dalším cílem je zjistit, jak důvěryhodně výroky z těchto pořadů vnímají respondenti.

### 4.2 Výzkumná otázka

Byla stanovena výzkumná otázka:

VO1: Jak důvěryhodně působí manipulativní výroky stanic TV Nova a TV Barrandov na respondenty?

### 4.3 Metodologický postup

Pro dosažení cíle práce a zodpovězení na výzkumnou otázku bude provedena analýza výskytu manipulativních elementů v určitém období na dvou publicistických pořadech daných TV stanic. U TV Barrandov je zvolen pořad Moje zprávy a u TV Nova pořad Střepiny.

Na základě analýzy bude určeno, zda a jaký druh manipulativních elementů ve vysílání daných pořadů převládá. Výroky s převládajícími manipulativními elementy a tématy poslouží pro sestavení kvantitativního výzkumu.

Pro dosažení cíle a zodpovězení na výzkumnou otázku je zvolena metoda kvantitativního marketingového šetření formou elektronického (online) dotazníku. V dotazníku bude představeno několik manipulativních výroků s tématy a manipulativními elementy, jež ve vysílání daných pořadů převládají. Úkolem každého respondenta bude ohodnocení všech výroků na základě toho, do jaké míry bude respondent výrok vnímat jako důvěryhodný.

Důležitým aspektem výzkumu je to, aby respondenti neznali původ výroků a výroky obou subjektů mezi sebou byly vzájemně promíchány. Rekrutace respondentů bude také probíhat tak, aby do výzkumu byly zapojeny především osoby ve věku do 30 let, které zpravidla příliš nesledují pořady vysílané v televizi.



## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 HISTORIE A CHARAKTERISTIKA TV BARRANDOV

TV Barrandov získala licenci pro vysílání na jaře roku 2006 a samotné vysílání zahájila 11. 1. 2009. Posláním TV Barrandov tehdy bylo obohacení programové nabídky na českých obrazovkách. TV Barrandov se původně snažila profilovat jako poklidný kanál, který bude alternativou k hlavním televizním stanicím v České republice, tedy především k TV Nova a TV Prima. Mezi původní pořady z dílny TV Barrandov, které se na počátku vysílání objevily v programu televize, tak patřila například talkshow fotografa Jana Saudka, satirický pořad Zuzany Bubílkové nebo komediální seriál Ivana Mládka nazvaný *Cyranův ostrov*. Oblíbené byly také skeče komiků Lumíra Tučka či Miloše Knora.

TV Barrandov ve svých počátcích cílila na spíše staršího diváka se sklony k nostalgii, neboť v programu televize se vyskytovaly seriály jako 30 případů majora Zemana, Plechová kavalérie či Rodáci. Na obrazovky se také po letech vrátil pořad Videostop, který byl kdysi vysíláný Československou televizí. Mezi vysílanými filmy nechyběla například série filmů o indiánu Vinetouovi.

V roce 2012 se většinovým vlastníkem televize stal Jaromír Soukup, který TV Barrandov koupil od společnosti Moravia Steel podnikatele Tomáše Chrenka. Krátce po změně většinového vlastníka se generálním ředitelem televize stal Vladimír Železný, který dříve vedl TV NOVA. Sledovanost TV Barrandov tehdy dosahovala cca pěti procent a hlavním cílem Vladimíra Železného bylo toto číslo zdvojnásobit. Vladimír Železný však ve funkci setrval pouhých pět měsíců, kdy jej nahradila Marcela Hrdá. Ta vydržela ve vedení do počátku roku 2016 a poté ji v pozici generálního ředitele nahradil většinový vlastník televize Jaromír Soukup.

Na jaře 2017 se Jaromír Soukup objevuje poprvé na obrazovkách TV Barrandov, když se stává moderátorem publicistického pořadu *Týden s prezidentem*. Nedlouho poté se objevuje v dalším pořadu nazvaném *Duel Jaromíra Soukupa*. Postupně se do programu TV Barrandov dostávají další pořady moderované Jaromírem Soukupem, jejichž počet nakonec přesáhne číslo deset.

Soukupovo působení v roli moderátora však vyvolává kritiku, například kvůli výrazné podpoře prezidenta Miloše Zemana před volbami do prezidentského úřadu v roce 2017. V roce 2018 už se vysíláním TV Barrandov začíná zabývat Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a posílá stanici pět upozornění na porušení zákona. Podle orgánu Jaromír Soukup jako moderátor dostatečným způsobem neplnil roli kvalifikovaného oponenta. Rada se zabývala také

pořadem Kauzy Jaromíra Soukupa z důvodu uvádění nepravdivých informací o České televizi. Po dalším konfliktu, kdy Jaromír Soukup ve vysílání vulgárně napadl novináře Luboše Rosého, Česká televize dokonce podává na TV Barrandov trestní oznámení.

Od počátku vysílání se hospodaření TV Barrandov nachází ve ztrátě s výjimkou roku 2016, kdy TV Barrandov dosáhla nejvyšší sledovanosti. Poté však sledovanost začala opět postupně upadat. Jen za prvních pět let vysílání dosáhla kumulovaná výše ztráty více než jedné miliardy korun. Kvůli tomu museli akcionáři několikrát navyšovat základní kapitál.

(Mediaguru, © 2019)

## 5.1 Pořad Moje zprávy

Pořad Moje zprávy se na TV Barrandov vysílá od pondělí 29. října 2018. TV Barrandov před startem tohoto pořadu uvedla, že jeho zavedením se snaží „vyjít vstříc svým divákům“. Moje zprávy měly být náhradou za zpravodajskou relaci Naše zprávy, které tak byly zrušeny. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání však konstatovala, že stažení pořadu Naše zprávy odporuje vysílací licenci a pořad Naše zprávy se tak na obrazovky musel vrátit. Pořad Moje zprávy totiž není zpravodajským pořadem, jak se může zdát podle názvu, nýbrž publicistickým pořadem se specifickými prvky.

(Mediaguru, © 2018)

Moderátorem tohoto pořadu je Jaromír Soukup. Formát zpráv není pevně daný a v jednotlivých vysílacích dnech se může lišit. Pořad je vysílán denně, standardně od 19:25 a jeho stopáž většinou lehce přesahuje 20 minut. Jsou však i ojedinělé případy, kdy pořad trvá i déle než hodinu. V tomto případě bývá součástí pořadu host, s kterým Jaromír Soukup střídavě hovoří během komentovaných zpráv.

Pořad je uveden grafickou vizualizací o délce přibližně tří vteřin, na níž je grafika modré zeměkoule, moderátor Jaromír Soukup a logo pořadu Moje zprávy. Vizualizace je doprovázena zvukovou znělkou. Znělka je hlasitá a má rychlý rytmus. Jejím úkolem je tedy upoutat pozornost diváka. Po skončení znělky je záběr zaměřen na moderátora Jaromíra Soukupa, který sedí za moderátorským stolem a upřeně se dívá do kamery. Moderátor pozdraví své diváky a následující dění je již v jeho režii. Někdy upozorní na výročí známé osobnosti, jindy pozve diváky ke sledování pořadu, který následuje po této relaci. Délka jednotlivých komentovaných zpráv v jeho podání je taky velmi nestabilní a někdy prolíná zprávy mezi sebou a přichází od tématu k tématu dle vlastního uvážení. Pořad střídají záběry ze tří kamer. První

primární kamera snímá moderátora tradičně od pasu nahoru. Moderátor při interpretaci občas vstane nebo se projde ze strany na stranu. V tomto případě kamera používá zoom nebo uhýbá do stran. Druhá kamera snímá obrázky, které má moderátor na stole a při interpretaci je používá pro lepší znázornění a pochopení sdělení. Třetí kamera zabírá moderátora z boku a větší dálky a je používána spíše výjimečně, když například moderátor v zápalu řeči náhle vstane a první kamera by nestihla záběr tak rychle oddálit.

V pořadu je komentováno celospolečenské dění, ale primárně je obsah zaměřen na politiku. Jak už bylo řečeno nejedná se o zprávy v tradičním podání, ale jde spíše o prezentaci názorů a komentáře Jaromíra Soukupa k daným událostem. Často zde zaznívají kontroverzní a manipulativní výroky, k čemuž se ohradila i Rada pro televizní a rozhlasové vysílání.

Po shlédnutí všech pořadů v určeném časovém horizontu lze konstatovat, že nejčastěji bývají kritizováni členové současné vlády Andreje Babiše, především ministři. Po analýze jednotlivých dílů za dané období bylo zjištěno, že nejčastěji kritizovanou osobou je ministr zahraničí Tomáš Petříček, neboť Jaroslav Soukup nesouhlasí s jeho liberálními názory a záležitostmi týkajícími se české zahraniční politiky. Druhou nejčastěji kritizovanou osobou je ministr zemědělství Miroslav Toman, kterého Jaromír Soukup, kritizuje především kvůli jeho podezřelému podnikání. Subjektem, jenž je z úst Jaromíra Soukupa nejčastěji kritizován je Česká televize.



Obrázek 2: Logo pořadu Moje zprávy (zdroj: TV Barrandov)

## 5.2 Rétorika a Řeč těla moderátora pořadu Moje zprávy

Jak již vyplývá z předchozího popisu, Jaromír Soukup je velmi energickým moderátorem. Jeho mluva je velice rychlá, a i tak se mu málokdy stává, že by u něj docházelo k nějakým artikulačním chybám nebo překlepům. Při interpretaci se dívá přímo do kamery, aby tak byl co nejvíce v přímém kontaktu se svými diváky. Lze tedy konstatovat, že Jaromír Soukup je velmi schopným řečníkem.

Slabinou Jaromíra Soukupa je stylistika jeho řeči, neboť nemluví spisovnou češtinou a je slyšet jeho pražský dialekt a například používání nešvarů jako je záměna ý za é na koncích přídavných jmen. Občas moderátor užívá také hanlivých výrazů, které do vysílání před 22 hodinou příliš nepatří. Jednou ve svém vysílání Jaromír Soukup dokonce ukázal zdvižený prostředníček. Po této analýze lze rétoriku moderátora pořadu Moje zprávy označit za velmi silnou.

Jaromír Soukup je dominantním tělesným tipem. Působí zdravým a silným dojmem. Vždy je oblečen v dobře padnoucím obleku a bílé košili. Ve většině případů nosí kravatu, nejčastěji červenou či modrou. Jeho držení těla je vzpřímené, optimálně otevřené a postava štíhlá. Jeho pohyb je plynulý a klidný. Výjimkou je, když moderátor náhle prudce vstane při komentování zpráv a vytknout mu lze i příliš přehnanou gestikulaci rukama. Je však pravděpodobné, že takto jedná záměrně, aby u diváků vzbudil emoce v ten moment, kdy to potřebuje.



Obrázek 3: Moderátor pořadu Moje zprávy Jaromír Soukup během vysílání (zdroj: aktuálně.cz)

## 6 CHARAKTERISTIKA TV NOVA

Televize Nova spustila své vysílání 4. února 1994 a stala se tak prvním soukromým kanálem v České republice, který vysílal celostátně. Již od počátku elektronického měření sledovanosti v roce 1997 si TV Nova držela pozici televize s nejvyšší sledovaností. (Pressweb TV Nova, © 2019)

Počátečním zakladatelem, majitelem a zároveň ředitelem TV Nova byl Vladimír Železný, jenž kanál v roce 1997 prodal společnosti CEM. Ředitelem zůstal však až do roku 2003, kdy byl z funkce odvolán. V tom stejném roce se skupina PPF stala většinovým vlastníkem TV Nova, což uklidnilo řady sporů, které CME do té doby vedla. (bbc czech, © 2004)

Nadpoloviční sledovanost si TV Nova udržela až do roku 1999. Tehdy sledovanost klesla pod 50 % a k dřívějšímu postavení už se jí nepovedlo vrátit. Programové schéma TV Nova postavila na poněkud bulvárnějším typu zpravodajství, čímž se odklonila od projektu, jenž předložila Radě pro rozhlasové a televizní vysílání v době, kdy žádala o licenci. Původní ideou totiž byla intelektuálně zaměřená televize obsahující vzdělávací a diskuzní pořady.

(Český rozhlas, © 2016)

Úspěšné vysílání TV Nova je postaveno na třech základních pilířích, které představují vlastní seriály, zpravodajství a zábavné pořady. Mezi nejúspěšnější původní seriály patří Ordinance v růžové zahradě nebo Ulice. Vlajkovou lodí zpravodajství jsou Televizní noviny následované publicistickým pořadem Střepiny. Zábavné pořady představují především reality show typu Výměna manželek. (Pressweb TV Nova, © 2019)

### 6.1 Pořad Střepiny

Střepiny jsou publicistickým týdeníkem, jenž je vysílán každou neděli s výjimkou letní prázdninové přestávky již od roku 2002. Střepiny jsou vysílány vždy kolem desáté hodiny večerní. Přesný čas se liší podle návaznosti na délku předchozího pořadu v programu. V pořadu je formou reportáží rozebíráno celospolečenské dění uplynulého týdne. Současnou moderátorkou Střepin je Markéta Fialová a na reportážích se jednotlivě podílí další reportéři.

Pořad Střepiny začíná úvodní znělkou, která trvá přibližně 7 vteřin. Podobně jako u pořadu Moje zprávy je znělka hlasitá v rychlém rytmu a na konci znělky lze slyšet zvuk střepů. Grafické zpracování úvodní znělky je také velmi akční a kolem nápisu s názvem pořadu lítá velké množství červených střepin. Následně je záběr kamery upřen na moderátorku Markétu

Fialovou, která pozdraví diváky a krátce představí témata reportáží daného dílu. Kamera ve studiu je pouze jedna a při snímání moderátorky se záběr neustále pomalým tempem pohybuje, přibližuje a oddaluje pomocí zoomu. Reportáže se natáčejí v terénu. Jsou při nich vedeny rozhovory s osobami, kterých se týká daná problematika. Reportáže vytváří několik reportérů jako například Andrea Němcová, Bára Divišová, Martin Krušina a občas se reportáže ujme samotná Markéta Fialová.

Nynější struktura pořadu se skládá zpravidla ze čtyř reportáží. Po konci každé reportáže se dění vrátí do studia, kde Markéta Fialová uvede další téma. Po odvysílání všech reportáží následuje reklamní přestávka a po ní je uvedena rubrika vysílaná v pořadu od roku 2015 s názvem „Zažili jsme“, která připomíná historické milníky a události obohacené novým pohledem ze současnosti.

Pořad se pro větší atraktivitu snaží události dramatizovat a v některých případech vyvolat pocit strachu nebo nebezpečí. Tomu dopomáhá dramatická hudba v pozadí.



Obrázek 4: logo pořadu Střepiny (zdroj: TV Nova)

## 6.2 Rétorika a řeč těla moderátorky pořadu Střepiny

Markéta Fialová je zkušenou moderátorkou. Několik let uváděla hlavní zpravodajskou relaci na TV Nova nazvanou Televizní noviny. Markéta Fialová mluví klidným, ne příliš rychlým hlasem, jde jí dobře rozumět, mluví zcela spisovně a správně artikuluje. Tón jejího hlasu je

vážný a hodí se tak k dramatickým reportážím. Mimika její tváře je velmi nevýrazná a vzhledem k náplni pořadu se téměř neusmívá.

Moderátorka téměř negestikuluje rukama. V nich totiž drží malý kus tvrdého papíru, na kterém má s největší pravděpodobností sepsány pracovní poznámky. Během uvádění reportáží moderátorka stojí vedle velkého oválného stolu. Styl držení těla má vzpřímený a optimálně otevřený. Většinou stojí na místě a při moderování se příliš nepohybuje. Důvodem může být to, že často nosí velmi vysoké podpatky. Oděná je většinou v červenočerném outfitu, který dobře ladí s prostředím studia.

Rétorika a řeč těla moderátorů reportáží je podobná jako u Markéty Fialové. Avšak moderátoři v terénu působí poněkud energičtějším dojmem než ona a z jejich hlasu jde slyšet větší dramatičnost.



Obrázek 5: Moderátorka pořadu Střepiny Markéta Fialová při vysílání (zdroj: TV Nova)



## 7 VÝZKUMNÁ PRÁCE

Stěžejním bodem praktické části práce je analýza a interpretace výsledků realizovaného kvantitativního výzkumu. Ten má za úkol zjistit jakou mírou manipulativní techniky v daných pořadech působí na jejich příjemce. Pro výzkum manipulativních výroků byly vybrány ty publicistické pořady daných televizí, ve kterých nejčastěji dochází k manipulaci.

Komunikace v obou pořadech není postavena na stejné úrovni a každý využívá jiných technik, emocí a apelů. V pořadu Střepiny se nejčastěji vyskytuje prvek strachu a dramtizace. Výskyt klasických manipulativních technik zde není tak častý, avšak kdyby na základě analýzy měla být určena nejčastěji vyskytující se technika bude to pesimismus. Nejčastějším prvkem vyskytujícím v tomto pořadu však je emoce strachu nebo používání apelů bezpečí či zdraví. Mezi další apely, které se v pořadu hojně vyskytují jsou apely vyvolávající lítost. Reportáže se často věnují neštěstím nebo strastem obyčejných lidí. Dalším prvkem, jenž doprovází celý pořad je dramtizace událostí a snaha vyvolat rozruch nebo znepokojení nad tématy probíraných reportáží.

V pořadu Moje zprávy se více než apely vyskytují manipulativní techniky. Nejčastěji využívanými manipulativními technikami jsou argumentum ad personam a argumentum ad hominem často nesoucí prvky zesměšnění. Oponenty, na které tyto praktiky opakovaně míří, jsou především sociálně-demokratičtí členové vlády nebo zaměstnanci České televize. Dalším charakteristickým znakem pořadu Moje zprávy je také velmi silná rétorika se silně zabarvenými emocemi.

Analýza jednotlivých dílů je zaměřena na období od 1.1.2019 do 31.3.201

### 7.1 Představení užitých výroků TV Barrandov

- 1. Přerovští exekutoři byli proslavení tím, že na dlužníky řvali, zabavovali věci, které očividně nemohli být majetkem dlužníka a nebáli se zabavit ani dětskou postýlku. (Moje zprávy, 2.3.2019, 8:22)** – Tento výrok byl vznesen při zprávě o exekutorovi Tomáši Vránovi, který vedl exekutorský úřad v Přerově, jenž je jedním z největších exekutorských úřadů v zemi. Na Tomáše Vránu skutečně bylo podáno několik stížností a pravdou je, že zabavil i dětskou postýlku. Využíván je zde manipulativní prvek generalizace, kdy moderátor vinu Tomáše Vrány nespravedlivě uplatňuje na všechny přerovské exekutory.

2. **Není fakt poněkud drzé, aby 30 let po revoluci dělal poradce muž, který za socialismu dělal na okrese vedoucího odborů? (Moje zprávy, 28.2.2019, 19:10)** – Jaromír Soukup reaguje na to, že poradce ministroví zemědělství Antonínu Tomanovi dělá Ivan Dospíšil, jenž za vlády komunistů zastával funkci vedoucího odborů. Opět jde o techniku Argument ad personum, zde se však moderátor snaží odkázat na sníženou důvěryhodnost osoby z důvodu, že za totalitního režimu pracoval ve vedoucí pozici.
3. **Ministři zaplatí za oběd 20 korun. Ale oni jsou úplně v klidu, oni zaútočí na děti, že to nepotřebují, protože rodiče na to mají a sami obědvají za 20 korun. (Moje zprávy, 26.1.2019, 13:08)** – Výrok je reakcí na to, že zaměstnanci úřadu vlády díky zaměstnaneckým výhodám platí za oběd 20 korun a ministerstvo zároveň nechce přispívat dětem větší množství financí na školní obědy. V tomto výroku se vyskytuje hned několik manipulativních technik. První je technika odvádění pozornosti na jiné téma, kdy moderátor řeší ceny obědů pro děti, do toho však přichází s informací, že ministři platí také pouze 20 korun. Zároveň moderátor staví ministry do role obětí tím, že přenáší vinu na to, že obědy pro děti jsou drahé. Sám se také staví do pozice obyčejného člověka a snaží se příjemce ujistit, že v tom je s nimi. Díky opakování informace, že ministři obědvají za 20 korun lze k tomuto výroku přiřadit také manipulativní techniku bludný kruh.
4. **Žijeme ve světě, kde už i kočičák cpe dětem do hlavy, jak fajn je být muslimem a Česká televize ovládaná ideologií multikulturalismu typu Václava Moravce nebo Petra Dvořáka to cpe do pořadu typu Kouzelná školka. (Moje zprávy, 7.1.2019, 12:00)** – Výrok reaguje na to, že Česká televize na svém kanálu pro děti :Děčko odvysílala epizodu animovaného seriálu Peg + Kočičák, ve kterém animované postavičky slaví muslimský svátek Íd al-adhá. Využita je zde taktika podstrčeného názoru, kdy dochází ke zkreslení nebo přehnutí tvrzení. Moderátor známý svým odporem k České televizi zde také aplikuje osobní útok (argumentum ad hominem) na některé ze zaměstnanců ČT. Výrok využívá velmi silnou rétoriku.
5. **Šestnáctiletá Greta opravdu nemá být vzorem pro děti, které chtějí něčeho dosáhnout. Obávám se, že na ni čeká soucit v nějaké neziskovce a budeme ji bohužel kolektivně živit, zatímco ona bude se svými výkřiky objíždět konference a summity. (Moje zprávy, 20.3.2019, 19:40)** - Tento výrok je komentářem Jaromíra Soukupa na aktivity švédské středoškolačky Gretty Thunbergové, která se stala

známá svou několikadenní stávkou za ochranu klimatu před budovou švédského parlamentu. Hlavním manipulativním elementem je manipulativní technika Argument ad personum, kdy se autor výroku snaží malou Grettu zesměšnit a poukázat na její nízkou kvalifikaci.

6. **A já si jsem jistý, že si s tímhle úkolem hravě poradí úžasný ministr kultury Antonín Staněk, který mimo jiné toho na práci stejně moc nemá. (Moje zprávy, 8.2.2019, 17:38)** – I zde se jedná o manipulativní techniku Argument ad personum, s jasnými prvky zesměšnění, kdy se snaží zesměšnit ministra kultury Antonína Staňka, tím že jej nazývá ironickým přívlastkem „úžasný“. Degraduje a vysmívá se jeho práci také tím, že říká, že toho na práci vlastně moc nemá.

## 7.2 Představení užitých výroků TV Nova

1. **Bílý cukr bývá v poslední době označován také jako bílý jed. Způsobuje závislost stejně jako drogy a vyhnout se mu v běžných potravinách chce notnou dávku odhodlání i znalostí. (Střepiny, 3.3.2019, 0:42)** – Ve výroku moderátorka přirovnává bílý cukr ke drogám. Vyskytuje se zde technika klamně analogie, kdy jsou srovnávány dva odlišné prvky s naprosto jinými účinky.
2. **Filmy, seriály, videa na internetu, na první pohled se tváří nevinně a neškodně. Na ten druhý zjistíte, že můžou ublížit, v krajním případě i vzít lidský život. (Střepiny, 27.1.2019, 1:25)** – Výrok popisující problematiku, kdy se lidé natáčejí na mobil při nebezpečných aktivitách jako je například lezení na komíny. Spíše než o manipulaci zde jde o špatnou formulaci, která však vyvolává emoci strachu z toho, že když budou lidé v televizi sledovat filmy nebo seriály, mohli by při tom přijít o život. U tohoto výroku se vyskytuje manipulativní technika zvaná Trik s perspektivou pohledu.
3. **Možná, kdyby všichni lékaři přistupovali k ženám vždy s respektem a zároveň by bylo více kvalifikovanějších porodních asistentek a ženy by měly větší výběr porodních centrech, ani by o riskantním domácím porodu neuvažovaly. (Střepiny, 31.3.2019, 16:20)** - Ve výroku je použita manipulativní technika generalizace, kdy autor výroků přemýšlí tak, že kdyby se jedna věc stala, všechny ženy by se pak chovaly stejně. Na příjemce výroku také může působit efekt kotvení, kdy příjemci mohou svůj názor bezprostředně přizpůsobovat zmíněným informacím.

4. **Rvačky náctiletých jsou čím dál brutálnější a jejich videa končí na sociálních sítích. Stává se z nich fenomén, který se Českem šíří rychlostí virové nákazy. Nejvíce jich je ve velkých městech, ale tlačí se postupně i do dalších míst celé republiky. (Střepiny, 24.3.2019, 0:45)** – Výrok je součástí reportáže, která řeší problém kyberšikany u dětí. Výrok, že se děti při bitkách čím dál častěji natáčejí na video, které poté umístí na internet je argumentačně v pořádku. Manipulativní je však první věta, že rvačky náctiletých jsou čím dál brutálnější, což není nijak podloženo a logicky to nedává smysl. Konkrétně se v tomto výroku jako manipulativní technika vyskytuje pesimismus nebo také manipulativní technika nazvaná skluzavka.
5. **Momenty, které nejsou zalité sluncem už většina uživatelů nesdílí. Instagram se tak stává ideálním světem a pro ty, kteří nepochopí, co je iluze a co skutečnost, to může mít vážné následky. (Střepiny, 20.1.2019, 6:14)** – Autor výroku vysvětluje, že obsah na sociální síti Instagram vypadá dokonale a lidé, kteří tento dokonalý svět sledují mohou dostat deprese z toho, že jejich život není také tak dokonalý. Nejde zde tedy bezprecedentně o nějakou manipulativní techniku. Ale výrok obsahuje apel vyvolávající obavy a strach. Výrok byl do výzkumu zahrnut, také proto, aby bylo zjištěno, zdali respondenti budou hodnotit tento výrok více důvěryhodněji, když v něm není zahrnuta žádná manipulativní praktika, ale pouze emoce strachu. Do celkového srovnávání výroků TV Nova a TV Barrandov tedy výrok nebude zahrnut.
6. **Zejména socialistické Československo bylo doslova rejdištěm různých teroristů i extrémistických organizací. Hned pětkrát se do Prahy podíval třeba někdejší král světového teroru známý pod přezdívkou Karlos nebo Šakal. (Střepiny, 3.2.2019, 9:55)** – V tomto výroku je použita technika generalizace, kdy na základě pobytu jednoho teroristy v tehdejší Československu autor výroků naznačuje, že Československo bylo jakýmsi hlavním městem teroristů. Částečně se zde vyskytují také zabarvené informace, neboť slovem rejdiště nelze jednoznačně určit, co je jím přesně myšleno. Výrok vyvolává emoce strachu, obav a dramaticky zkresluje obraz tehdejšího Československa jako státu, kde se vyskytuje mnoho teroristů.

### 7.3 Analýza odpovědí respondentů na výroky

Pro realizaci kvantitativního výzkumu bylo využito formuláře od společnosti Google. Dotazník byl volně přístupný. Rekrutace probíhala prostřednictvím zasílání soukromých zpráv s odkazem na dotazník a umístěním odkazu na dotazník do uzavřených skupin na sociální

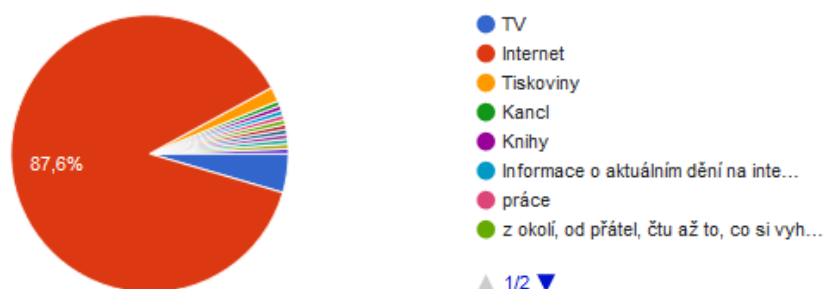
sítí Facebook, které jsou určeny pro vyplňování dotazníků. Dotazník vyplnilo 177 respondentů. Kvalitativní výzkum probíhal v dubnu 2019.

### 7.3.1 Kde nejčastěji čerpáte informace?

První otázka zjišťuje jaké primární médium respondenti využívají. Drtivá většina respondentů (87,6 %) uvádí, že informace nejčastěji čerpají na internetu. Druhá nejpočetnější skupina (4,5 %) respondentů nejčastěji čerpá informace z televize. Třetí nejpočetnější skupina uvádí, jako nejčastější zdroj informací tiskoviny (1,7 %). 1,2 % respondentů uvádí, že informace nejčastěji čerpají v práci. V následujících odpovědích s četností 0,6 % například interpretují, že informace nejčastěji čerpají od partnera, přátel, z knih nebo od rodiny. Tato otázka je důležitá, neboť potvrzuje, že respondenti nesledují televizní pořady, a tudíž se zvyšuje šance, že neznají nebo nikdy neslyšeli dané výroky.

#### Kde nejčastěji čerpáte informace?

177 odpovědí



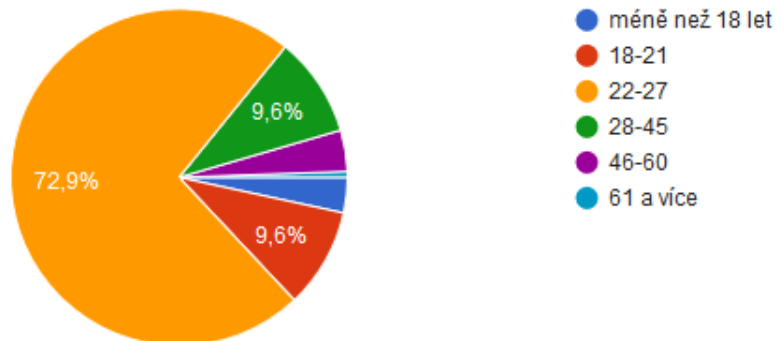
Obrázek 6: Kde nejčastěji čerpáte informace? (zdroj: vlastní zpracování)

### 7.3.2 Věk respondentů

Nejpočetnější věkovou skupinou, která se účastnila výzkumu jsou lidé ve věku od 22 do 28 let, konkrétně jich je 72,9 % z celkového počtu respondentů. Následovaly další dvě věkové skupiny se zastoupením 9,6 % z celkového počtu. Jedná se o věkovou skupinu od 29 do 45 let a věkovou skupinu od 18-21 let. Následuje věková skupina od 46 do 60 let, která zaujímá 4 % z celkového počtu respondentů a hned za ní věková skupina do 18 let, kde se nachází 3,4 % respondentů. Dotazník vyplnila i jedna osoba, jejíž věk je 61 a více let.

## Jaký je Váš věk?

177 odpovědí



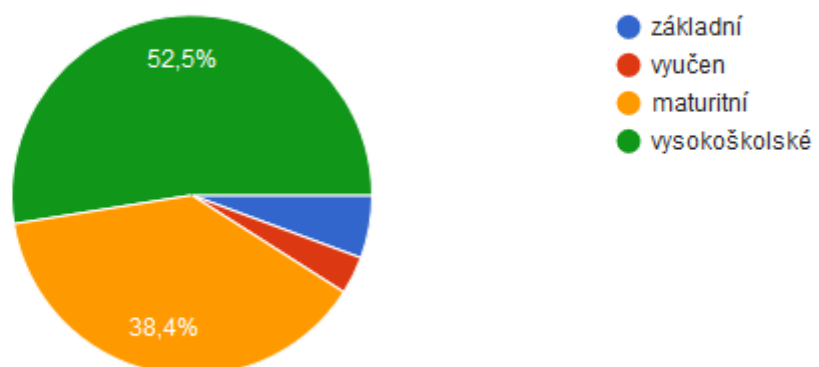
Obrázek 6: Jaký je váš věk? (zdroj: vlastní zpracování)

### 7.3.3 Vzdělání respondentů

Nadpoloviční většina respondentů (52,5 %) má vysokoškolské vzdělání. 38,4 % respondentů disponuje maturitním vzděláním, 5,6 % respondentů má pouze základní vzdělání a 3,4 % respondentů disponuje výučním listem.

## Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

177 odpovědí



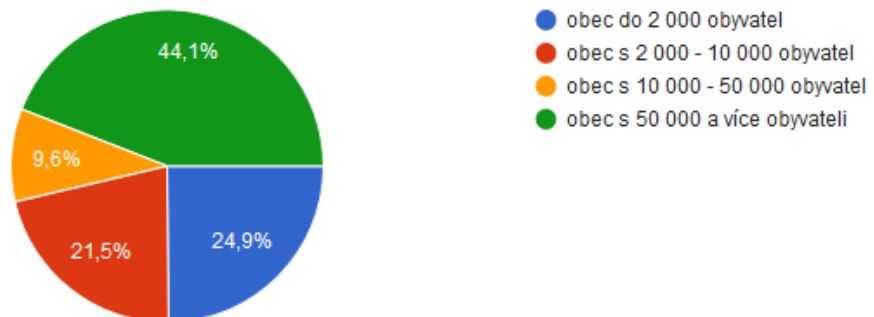
Obrázek 7: Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání? (zdroj: vlastní zpracování)

### 7.3.4 Bydliště respondentů

44,1 % respondentů žije ve městě, které má více než 50 000 obyvatel, druhou nejpočetnější skupinou jsou respondenti z obcí do 2 000 obyvatel (24,9 %), třetí nejpočetnější skupinou (21,5 %) jsou respondenti z obcí jejichž velikost čítá mezi 2 000 a 10 000 obyvateli a nejmenší skupina respondentů (9,6 %) pochází z obcí o velikosti 10 000 – 50 000 obyvatel.

#### Kde žijete?

177 odpovědí



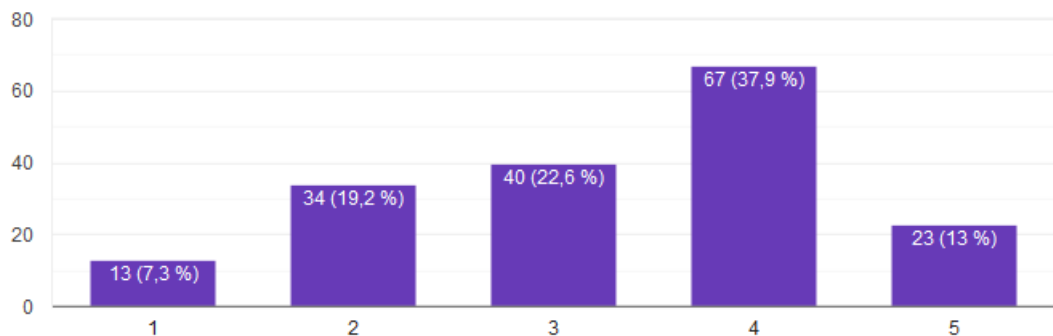
Obrázek 8: Kde žijete? (zdroj: vlastní zpracování)

### 7.3.5 Manipulativní výroky TV Barrandov

**Výrok 1:** První výrok TV Barrandov, v němž je využita manipulativní technika generalizace, se neseťkává s příliš velkou důvěrou. Jako velmi nebo spíše důvěryhodný jej hodnotí pouze 26,5 % respondentů. U tohoto výroku je zajímavé, že pouze 20,3 % respondentů volí krajní hodnoty, tedy velmi důvěryhodné nebo velmi nedůvěryhodné.

Přerovští exekutoři byli proslavení tím, že na dlužníky řvali, zabavovali věci, které očividně nemohli být majetkem dlužníka a nebáli se zabavit ani dětskou postýlku.

177 odpovědí

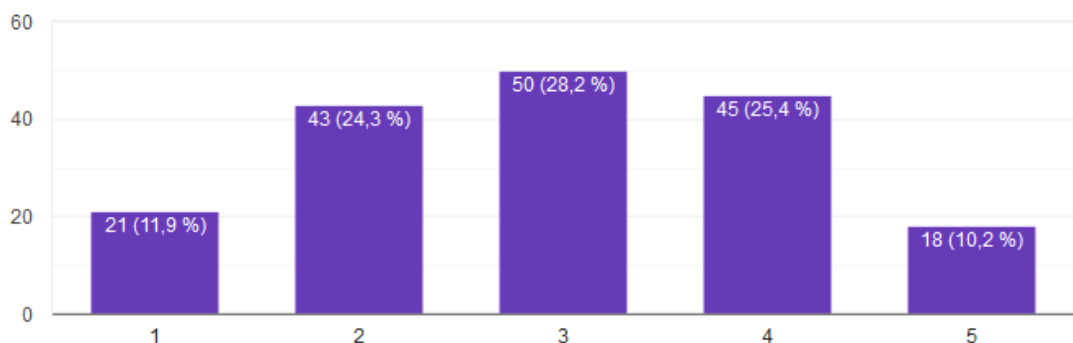


Obrázek 9: Výrok TV Barrandov 1 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 2:** I u druhého výroku TV Barrandov pouze 22,2 % respondentů volí krajní hodnoty. Lze tedy také konstatovat, že jde o jeden z nejneutrálněji hodnocených výroků, kdy možnost neutrálně zvolilo hned 28,2 % respondentů. Důležitým faktem však je, že tento výrok, který se snaží snížit důvěryhodnost kritizované osoby je hodnocen jako nejvíce důvěryhodný výrok z výroků TV Barrandov. Zajímavé na tomto grafu je, že je téměř zrcadlově shodný, pokud by osou zrcadlení byla hodnota 3 = neutrální.

**Není fakt poněkud drzé, aby 30 let po revoluci dělal poradce muž, který za socialismu dělal na okrese vedoucího odborů?**

177 odpovědí



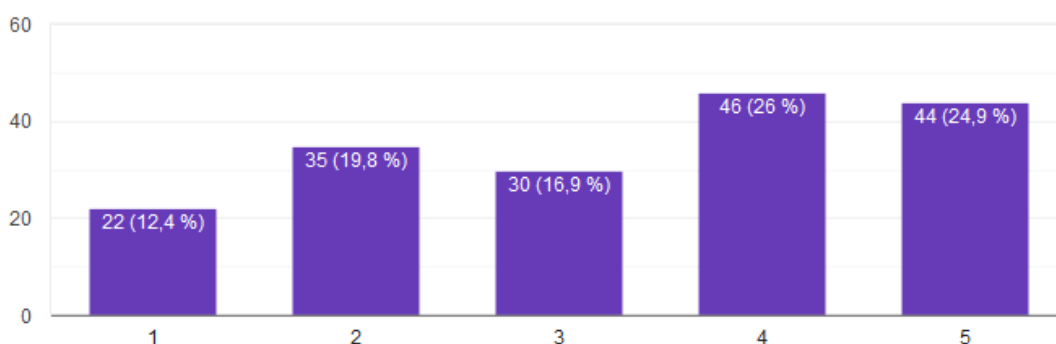
Obrázek 10: Výrok TV Barrandov 2 (zdroj: vlastní zpracování)



**Výrok 3:** Více než polovina respondentů (50,9 %) tento výrok, který kombinuje několik manipulativních technik najednou, hodnotí jako spíše nebo velmi nedůvěryhodný. Pouze 12,4 % respondentů výroku velmi důvěřuje. Při pohledu na graf lze konstatovat, že jednotliví respondenti tento výrok vnímají velmi odlišně.

**Ministři zaplatí za oběd 20 korun. Ale oni jsou úplně v klidu, oni zaútočí na děti, že to nepotřebují, protože rodiče na to mají a sami obědvají za 20 korun**

177 odpovědí

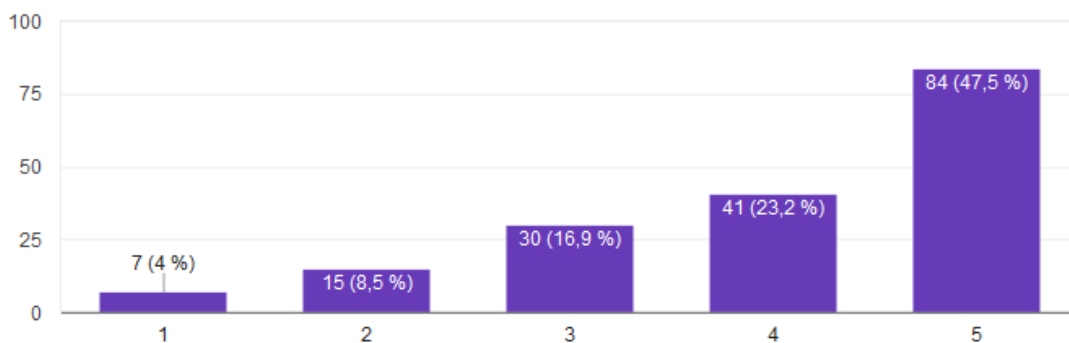


Obrázek 11: Výrok TV Barrandov 3 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 4:** Čtvrtý výrok TV Barrandov je ohodnocen jako silně nedůvěryhodný a je tak nejméně důvěryhodným ze všech hodnocených výroků. Téměř polovina respondentů (47,5 %) jej hodnotí jako velmi nedůvěryhodný a pouze 12,5 % jako velmi nebo spíše důvěryhodný. Ve výroku je využita velmi silná rétorika, a to může být důvodem takového hodnocení.

Žijeme ve světě, kde už i kočičák cpe dětem do hlavy, jak fajn je být muslimem a Česká televize ovládaná ideologií multikulturalismu typu Václava Moravce nebo Petra Dvořáka to cpe do pořadu typu Kouzelná školka.

177 odpovědí

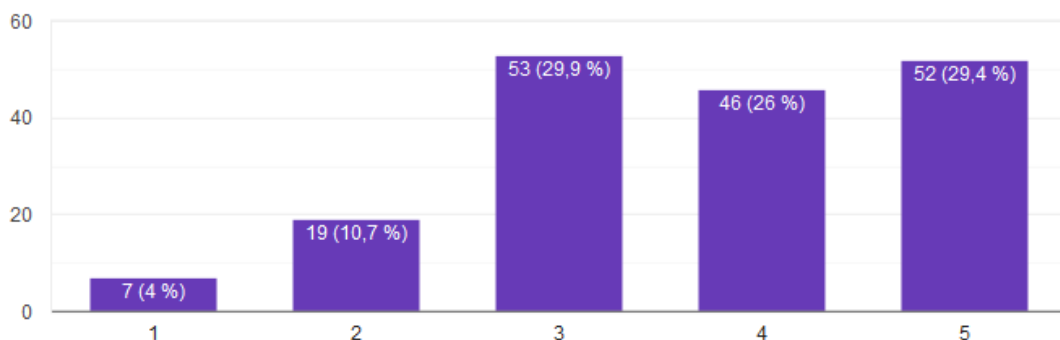


Obrázek 12: Výrok TV Barrandov 4 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 5:** I následující výrok, který se snaží pomocí manipulativní techniky zesměšnit danou osobu, je vnímán jako velmi nedůvěryhodný. Opět je zde použita silná rétorika. Pouze 14,7 % dotázaných hodnotí výrok jako velmi nebo spíše nedůvěryhodný. Naopak 55,4 % respondentů výrok vnímá jako spíše nebo velmi nedůvěryhodně.

Šestnáctiletá Greta opravdu nemá být vzorem pro děti, které chtějí něčeho dosáhnout. Obávám se, že na ni čeká soucit v nějaké neziskovce a budeme ji bohužel kolektivně živit, zatímco ona bude se svými výkřiky objíždět konference a summity.

177 odpovědí

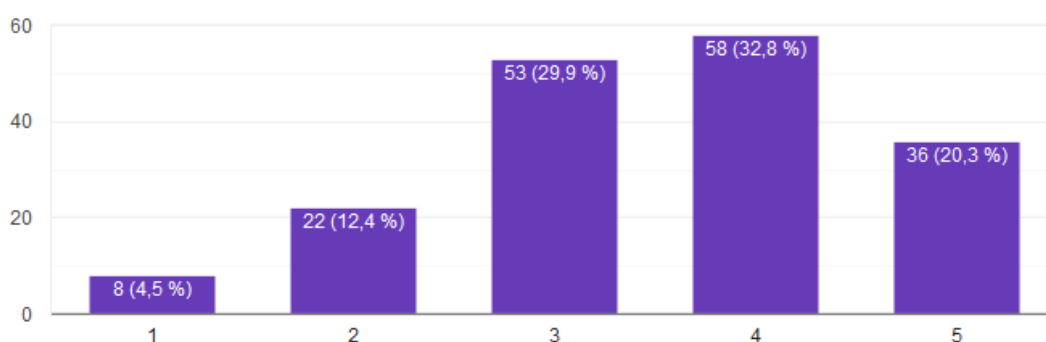


Obrázek 13: Výrok TV Barrandov 5 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 6:** Poslední výrok, který nejviditelněji využívá techniku argument ad absurdum se silně čitelnou formou zesměšnění oponenta, je opět vnímán velmi nedůvěryhodně. Pouze 16,9 % respondentů jej vnímá jako velmi nebo spíše důvěryhodný. Naproti tomu 53,1 % respondentů jej vnímá jako spíše či velmi nedůvěryhodný.

**A já si jsem jistý, že si s tímhle úkolem hravě poradí úžasný ministr kultury Antonín Staněk, který mimo jiné toho na práci stejně moc nemá.**

177 odpovědí



Obrázek 14: Výrok TV Barrandov 6 (zdroj: vlastní zpracování)

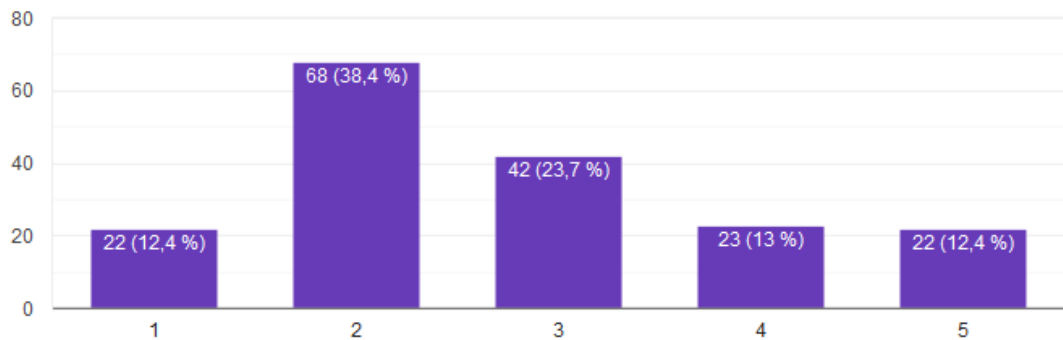
**Shrnutí:** Zajímavým výsledkem výzkumu je, že všechny výroky TV Barrandov (s výjimkou výroku 2) na respondenty působí více nedůvěryhodně než důvěryhodně. Najevo vychází také další zajímavý fakt, že ty výroky, které byly hodnoceny nejdůvěryhodněji (výroky 2 a 3) útočí na elity – konkrétně ministry a poradce. Naopak ty výroky (výroky 4 a 5), které využívají velmi silnou rétoriku a doslova z nich vyzařuje hněv a pohrdání jsou respondenty ohodnoceny jako nejvíce nedůvěryhodné.

### 7.3.6 Manipulativní výroky TV Nova

**Výrok 1:** První hodnocený výrok TV Nova je vnímán převážně důvěryhodně. Hned 38,4 % respondentů jej vnímá spíše důvěryhodně a pouze na 25,4 % respondentů působí spíše nebo velmi nedůvěryhodně. Respondenti si jsou vědomi, že bílý cukr není příliš zdravý, ale důvod proč pouze 12,4 % dotázaných tento výrok označuje jako velmi důvěryhodný je nejspíš ten, že srovnávat cukr s drogami je irelevantní.

Bílý cukr bývá v poslední době označován také jako bílý jed. Způsobuje závislost stejně jako drogy a vyhnout se mu v běžných potravinách chce notnou dávku odhodlání i znalostí.

177 odpovědí

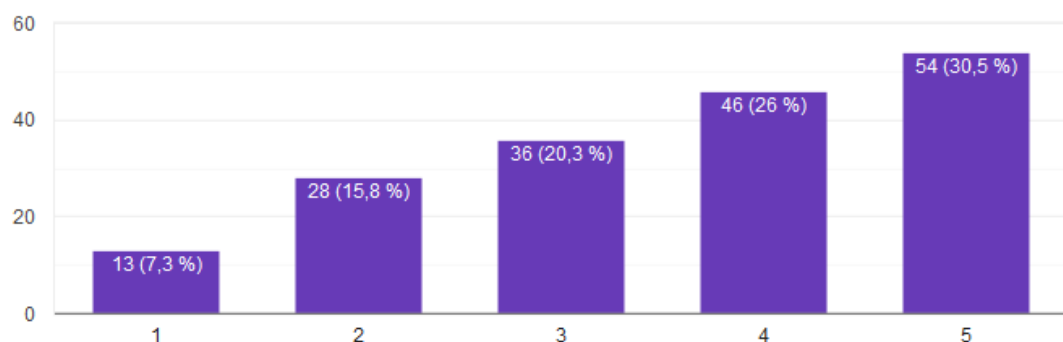


Obrázek 15: Výrok TV Nova 1 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 2:** Druhý hodnocený výrok vnímají respondenti jako nejméně důvěryhodný ze všech užitých výroků TV Nova. Respondenti si nejspíš uvědomují špatnou a nešťastnou formulaci tohoto výroku, který nedává smysl. Hned 56,5 % dotázaných jej označuje jako spíše nebo velmi nedůvěryhodný.

Filmy, seriály, videa na internetu - na první pohled se tváří nevinně a neškodně. Na ten druhý zjistíte, že můžou ublížit, v krajním případě i vzít lidský život.

177 odpovědí

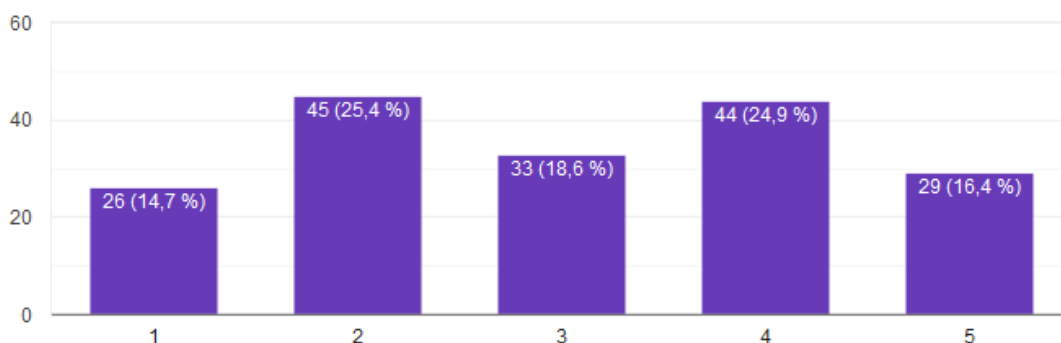


Obrázek 16: Výrok TV Nova 2 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 3:** Tento výrok má nejrozmanitější hodnocení vůbec ze všech hodnocených výroků TV Nova. Velmi nebo spíše důvěryhodně tento výrok vnímá 30,1 % respondentů, ještě více respondentů (41,3 %) však tento výrok hodnotí jako spíše nebo velmi nedůvěryhodný. Možným důvodem, proč je hodnocení tak rozmanité je to, že samotný autor výroku nezastává jednoznačný postoj k této problematice a nesnaží se tak příjemce výroku za každou cenu ovlivnit.

**Možná, kdyby všichni lékaři přistupovali k ženám vždy s respektem a zároveň by bylo více kvalifikovanějších porodních asistentek a ženy by měly větší výběr porodních centrech, ani by o riskantním domácím porodu neuvažovaly.**

177 odpovědí

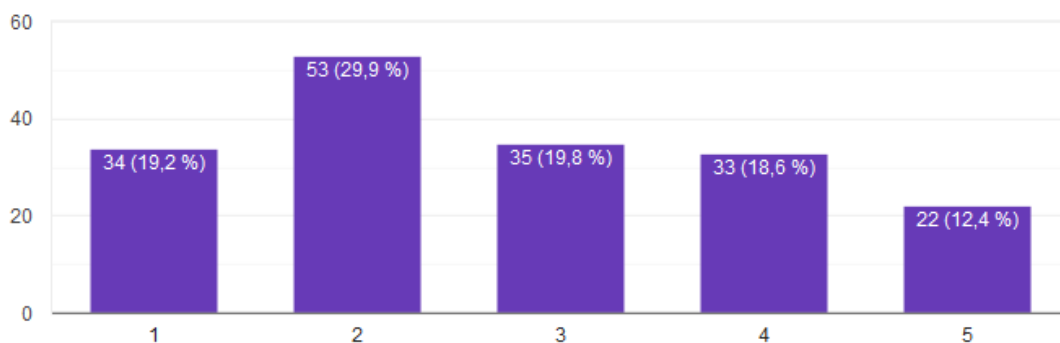


Obrázek 17: Výrok TV Nova 3 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 4:** U čtvrtého výroku TV Nova nejvíce respondentů vnímá výrok spíše důvěryhodně. (29,9 %) Je tedy možné, že respondenti souhlasí s druhou částí výroku, nikoliv však s tou první. Jako spíše nebo velmi nedůvěryhodně výrok, vnímá však pouze 31 % dotázaných.

Rvačky náctiletých jsou čím dál brutálnější a jejich videa končí na sociálních sítích. Stává se z nich fenomén, který se Českem šíří rychlostí virové nákazy. Nejvíce jich je ve velkých městech, ale tlačí se postupně i do dalších míst celé republiky.

177 odpovědí

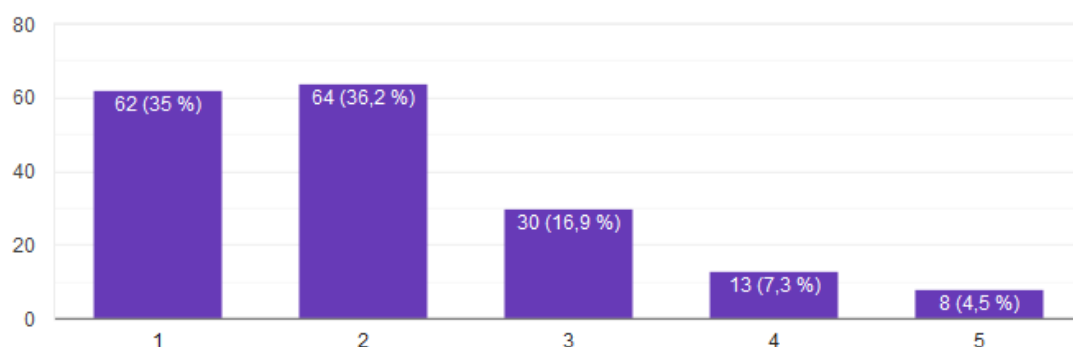


Obrázek 18: Výrok TV Nova 4 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 5:** Tento výrok respondenti hodnotí nejdůvěryhodněji ze všech hodnocených výroků. Respondenti převážně rozeznávají, že se zde nenachází žádná manipulativní technika, ale je zde využita pouze emoce strachu či obav.

Momenty, které nejsou zalité sluncem už většina uživatelů nesdílí. Instagram se tak stává ideálním světem a pro ty, kteří nepochopí, co je iluze a co skutečnost, to může mít vážné následky.

177 odpovědí

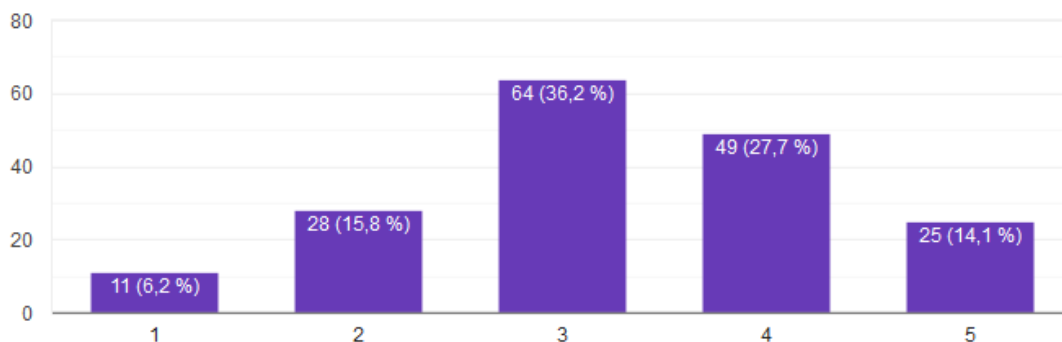


Obrázek 19: Výrok TV Nova 5 (zdroj: vlastní zpracování)

**Výrok 6:** Poslední výrok, který využívá techniku generalizace a emoce strachu, je respondenty vnímán velmi neutrálně, neboť tuto hodnotu volí hned 36,2 % respondentů. Pouze 6,2 % respondentů jej však vnímá velmi důvěryhodně.

Zejména socialistické Československo bylo doslova rejdištěm různých teroristů i extrémistických organizací. Hned pětkrát se do Prahy podíval třeba někdejší král světového teroru známý pod přezdívkou Karlos nebo Šakal.

177 odpovědí



Obrázek 20: Výrok TV Nova 6 (zdroj: vlastní zpracování)

**Shrnutí:** U jednotlivých výroků TV Nova se důvěryhodnost liší. Nejméně důvěry u respondentů vzbuzuje výrok 2, neboť je špatně formulován a respondenti to převážně odhalili. Ne příliš důvěryhodně také na respondenty působil výrok 6, který se snaží vyvolat emoce strachu. Největší důvěru u respondentů vzbudily výroky 1 a 5, které využívají klamně analogie a pesimismu. Výrok 5 nebyl do výsledků výzkumů zahrnut.

## 7.4 Odpověď na výzkumnou otázku

Cílem práce bylo odpovědět na výzkumnou otázku.

- 1.) VO1: Jak důvěryhodně působí manipulativní výroky stanic TV Nova a TV Barrandov na respondenty?

V porovnání závěrečných shrnutí lze konstatovat, že důvěryhodnějším dojmem na respondenty působí TV Barrandov. Oba subjekty využívají jiných manipulativních elementů. Důvodem proč TV Barrandov působí na respondenty méně důvěryhodněji než TV Nova je, že

TV Barrandov ve svých výročích využívá velmi silné rétoriky, která v respondentech vyvolává pocit nedůvěryhodnosti. Kde se TV Barrandov naopak daří vzbudit důvěryhodnost, je využití manipulativních technik v souvislosti s ataky na politické elity.

TV Nova se zase daří vyvolat důvěryhodnost především v těch výročích, ve kterých využívá klamné analogie a pesimismu. TV Nova si však musí dávat pozor na logickou formulaci výroků, neboť tyto výroky u respondentů vzbuzují nejsilnější nedůvěru.



## ZÁVĚR

Cílem této práce bylo analyzovat manipulativní elementy zkoumaných subjektů a zjistit, který z nich působí na respondenty důvěryhodněji.

V teoretické části práce se autor věnoval rešerši odborné literatury na dané téma při, které byl důležitý náhled na tuto problematiku z více zdrojů. Došlo k zmapování nejvýznamnějších manipulativních elementů a rétorických prvků. Ty byly využity v praktické části práce.

Stěžejním bodem praktické části byla analýza převažujících manipulativních elementů jednotlivých subjektů a následná realizace kvantitativního šetření které odhalilo do jaké míry respondenti důvěřují jednotlivým subjektům.

Díky tomuto výzkumu bylo zodpovězeno na výzkumné otázky a byl splněn cíl práce.

Bylo zjištěno, že obě strany využívají jiných manipulativních technik a jako důvěryhodnější ve vztahu k respondentům se jeví TV Nova.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Seznam bibliografických zdrojů:

- [1] FTOREK, Jozef. 2017 Manipulace a propaganda: na pozadí současné informační války. První vydání. Praha: Grada, ISBN 978-80-271-0605-9.
- [2] BRUNO Tiziana, ADAMCZYK Gregor. 2012 Řeč těla. Jak rozumět signálům řeči těla a cíleně je používat. První vyd. Praha: Grada, ISBN 978-80-247-4592-3.
- [3] WRÓBEL, Alina. 2008 Výchova a manipulace. Praha: Grada, ISBN 978-80-247-2337-2.
- [4] EDMÜLLER Andreas, WILHELM Thomas. 2010. 27 manipulativních technik. První vydání Praha: Grada ISBN 978-80-247-3300-5.
- [5] VYSEKALOVÁ, Jitka. 2012 Psychologie reklamy. Čtvrté vydání, Praha: Grada, ISBN 978-80-247-4005-8.
- [6] SRPOVÁ, Hana, 2007 Od informace k reklamě 1. vydání, Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, ISBN 978-80-7368-265-1.
- [7] VYBÍRAL, Zdeněk, 2009 Psychologie komunikace, 2. vydání, Praha: Portál, ISBN: 978-80-7367-387-1.
- [8] GÁLIK, Stanislav, 2012 Psychologie přesvědčování, 1. vydání, Praha: Grada, ISBN: 978-80-247-4247-2.
- [11] KLAPETEK, Milan. 2008, Komunikace, argumentace, rétorika. 1. vydání, Praha: Grada, ISBN: 978-80-247-2652-6.
- [12] VERNER, Pavel. Propaganda a manipulace. 2011, 1. vydání, Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, ISBN 978-80-7452-015-0.
- [13] EDMÜLLER Andreas, WILHELM Thomas. 2011, Velká kniha manipulativních technik, první vydání, Praha: Grada, ISBN: 978-80-247-7801-3.
- [14] VÝROST, Josef, SLAMĚNÍK, Ivan. 2008, Sociální psychologie. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, ISBN 978-80-247-1428-8.
- [15] URBAN, Lukáš, DUBSKÝ, Josef, MURDZA, Karol. 2012, Masová komunikace a veřejné mínění, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, ISBN 978-80-247-7455-8.

- [16] JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2015, Masová média. 2. vydání, Praha: Portál, s.r.o., ISBN: 978-80-262-0771-9.
- [17] KOZEL, Roman. Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN: 80-247-0966-X.

### **Seznam internetových zdrojů:**

- [1] KULHÁNEK, Jan, ©2015. Sedm triků nových manipulátorů. In: psychologie [online]. [cit. 2019-3-5]. Dostupné z: <https://psychologie.cz/sedm-triku-novych-manipulatoru/>
- [2] HORÁK, Petr, 2017. Rétorika. In: Sociologická encyklopedie psychologie [online]. [cit. 2019-3-7]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/R%C3%A9torika>
- [3] TV Nova slaví 20 let od svého vzniku © 2019. pressweb TV Nova [online]. [cit. 2019-4-10]. Dostupné z: <https://pressweb.nova.cz/clanek/tiskovezpravy/tv-nova-slavi-20-let-od-sveho-vzniku.html>
- [4] TV Barrandov vysílá 10 let, hlavní tvář je Jaromír Soukup © 2019. Mediaguru [online]. [cit. 2019-4-17]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/01/tv-barrandov-vysila-deset-let-hlavni-tvari-je-jaromir-soukup/>
- [5] RRTV: Moje zprávy nejsou zpravodajským pořadem © 2018 Mediaguru [online]. [cit. 2019-4-17]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/11/rrtv-moje-zpravy-nejsou-zpravodajskym-poradem/>
- [6] „Báječná léta“ s TV Nova. Po letech dominance přišlo prudké vystrízlivění © 2016 Český rozhlas [online]. [cit. 2019-4-20]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/bajecna-leta-s-tv-nova-po-letech-dominance-prislo-prudke-vystrizliveni-6233607>
- [7] Deset let televize Nova. © 2004 BBC Czech [online]. [cit. 2019-4-20]. Dostupné z: [http://www.bbc.co.uk/czech/specials/1811\\_nova\\_10years/page4.shtml](http://www.bbc.co.uk/czech/specials/1811_nova_10years/page4.shtml)

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

TV Televize

ČT Česká televize

RRTV Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Schéma komunikačního procesu (zdroj: Kottler, 2007, s. 577)

Obrázek 2: Logo pořadu Moje zprávy (zdroj: TV Barrandov)

Obrázek 3: Moderátor pořadu Moje zprávy Jaromír Soukup při vysílání (zdroj: TV Barrandov)

Obrázek 4: Logo pořadu Střepiny (zdroj: TV Nova)

Obrázek 5: Moderátorka pořadu Střepiny Markéta Fialová při vysílání (zdroj: TV Nova)

Obrázek 6: Kde nejčastěji čerpáte informace? (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 7: Jaký je váš věk? (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 8: Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání? (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 9: Kde žijete? (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 10: Výrok TV Barrandov 1 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 11: Výrok TV Barrandov 2 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 12: Výrok TV Barrandov 3 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 13: Výrok TV Barrandov 4 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 14: Výrok TV Barrandov 5 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 15: Výrok TV Barrandov 6 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 16: Výrok TV Nova 1 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 17: Výrok TV Nova 2 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 18: Výrok TV Nova 3 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 19: Výrok TV Nova 4 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 20: Výrok TV Nova 5 (zdroj: vlastní zpracování)

Obrázek 21: Výrok TV Nova 6 (zdroj: vlastní zpracování)

## **SEZNAM PŘÍLOH:**

Příloha P I: Dotazník

## PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

OTÁZKY

ODPOVĚDI

177

### Průzkum důvěryhodnosti

Dobrý den, prosím Vás o vyplnění krátkého anonymního dotazníku k mé bakalářské práci, jejíž téma zní Manipulativní praktiky v marketingu. První část dotazníku se věnuje hodnocení důvěryhodnosti výroků na pětistupňové škále. V druhé části jsou kladeny doplňující otázky. Děkuji za vyplnění.

Přečtěte si a následně ohodnoťte následující výroky neznámých autorů podle toho, jak moc se vám zdají být důvěryhodné na škále 1-5, (1 = velmi důvěryhodné, 2 = spíše důvěryhodné, 3 = neutrální, 4 = spíše nedůvěryhodné, 5 = velmi nedůvěryhodné).

Text dlouhé odpovědi

Bílý cukr bývá v poslední době označován také jako bílý jed. Způsobuje závislost stejně jako drogy a vyhnout se mu v běžných potravinách chce notnou dávku odhodlání i znalostí. \*

1 2 3 4 5  
velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Přerovští exekutoři byli proslavení tím, že na dlužníky řvali, zabavovali věci, které očividně nemohli být majetkem dlužníka a nebáli se zabavit ani dětskou postýlku. \*

1 2 3 4 5  
velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Filmy, seriály, videa na internetu - na první pohled se tváří nevinně a neškodně. Na ten druhý zjistíte, že můžou ublížit, v krajním případě i vzít lidský život. \*

1 2 3 4 5

velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Není fakt poněkud drzé, aby 30 let po revoluci dělal poradce muž, který za socialismu dělal na okrese vedoucího odborů? \*

1 2 3 4 5

velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Ministři zaplatí za oběd 20 korun. Ale oni jsou úplně v klidu, oni zaútočí na děti, že to nepotřebujou, protože rodiče na to mají a sami obědvají za 20 korun \*

1 2 3 4 5

velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Možná, kdyby všichni lékaři přistupovali k ženám vždy s respektem a zároveň by bylo více kvalifikovanějších porodních asistentek a ženy by měly větší výběr porodních centrech, ani by o riskantním domácím porodu neuvažovaly. \*

1 2 3 4 5

velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné



Žijeme ve světě, kde už i kočičák cpe dětem do hlavy, jak fajn je být muslimem a Česká televize ovládaná ideologií multikulturalismu typu Václava Moravce nebo Petra Dvořáka to cpe do pořadu typu Kouzelná školka. \*

1 2 3 4 5  
velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Rvačky náctiletých jsou čím dál brutálnější a jejich videa končí na sociálních sítích. Stává se z nich fenomén, který se Českem šíří rychlostí virové nákazy. Nejvíce jich je ve velkých městech, ale tlačí se postupně i do dalších míst celé republiky. \*

1 2 3 4 5  
velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Šestnáctiletá Greta opravdu nemá být vzorem pro děti, které chtějí něčeho dosáhnout. Obávám se, že na ni čeká soucit v nějaké neziskovce a budeme ji bohužel kolektivně živit, zatímco ona bude se svými výkřiky objíždět konference a summity. \*

1 2 3 4 5  
velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

A já si jsem jistý, že si s tímhle úkolem hravě poradí úžasný ministr kultury Antonín Staněk, který mimo jiné toho na práci stejně moc nemá. \*

1 2 3 4 5  
velmi důvěryhodné      velmi nedůvěryhodné

Momenty, které nejsou zalité sluncem už většina uživatelů nesdílí. Instagram se tak stává ideálním světem a pro ty, kteří nepochopí, co je iluze a co skutečnost, to může mít vážné následky. \*

	1	2	3	4	5	
velmi důvěryhodné	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	velmi nedůvěryhodné

Zejména socialistické Československo bylo doslova rejdištěm různých teroristů i extrémistických organizací. Hned pětkrát se do Prahy podíval třeba někdejší král světového teroru známý pod přezdívkou Karlos nebo Šakal. \*

	1	2	3	4	5	
velmi důvěryhodné	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	velmi nedůvěryhodné

Kde nejčastěji čerpáte informace? \*

- TV
- Internet
- Tiskoviny
- Jiná...

### Jaký je Váš věk?

\*

- méně než 18 let
- 18-21
- 22-27
- 28-45
- 46-60
- 61 a více

### Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

\*

- základní
- vyučen
- maturitní
- vysokoškolské

### Kde žijete?

\*

- obec do 2 000 obyvatel
  - obec s 2 000 - 10 000 obyvatel
  - obec s 10 000 - 50 000 obyvatel
  - obec s 50 000 a více obyvateli
-