

# **Univerzita Karlova**

## **FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut Komunikačních studií a žurnalistiky  
Katedra Mediálních studií

### **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Typologie manipulativních situací v tvorbě Kazmy**

**Typology of manipulative situations in the work of Kazma**

**Klára Fořtová**

Vedoucí práce: prof. MgA Martin Štoll, Ph. D.  
Studijní program: Mediální a komunikační studia (B7202)  
Studijní obor: MSBCK (7202R012)

**2024**

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby byla práce zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 2.1. 2024

Klára Fořtová

## **Bibliografické údaje:**

FOŘTOVÁ, Klára. *Typologie manipulativních situací v tvorbě Kazmy*. Praha, 2024. Bakalářská práce (Bc.) 46 stran. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních studií, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí práce prof. MgA. Martin Štoll, PhD.

Rozsah práce: 62 396 znaků

## **Abstrakt**

Kamil Bartošek, známý též pod pseudonymem Kazma, je jednou z nejvýraznějších postav českého showbyznysu. Kontroverzní moderátor a producent založil svou kariéru na klamu, manipulaci a zpochybňování viditelné reality. Internetová videa, na kterých si dělá legraci z celebrit, politiků nebo médií, získala miliony zhlédnutí. Tato bakalářská práce si klade za cíl zmapovat typologii manipulativních situací a technik, které tvůrce ve svých videích využívá. Teoretická část vymezuje pojem manipulace, bulvár, popisuje Kazmu a jeho dosavadní kariéru, přibližuje videa, která jsou předmětem analýzy v první praktické části.

První výzkumná část se zaměřuje na charakteristiku manipulativních situací, které se v Kazmově tvorbě objevují. Manipulativním situacím a technikám se dále věnuje rozbor tří vybraných videí. V další kapitole výzkumné části je analyzováno devět článků, které v médiích reagovaly na Kazmovy počiny. Ve člancích se objevují manipulativní a bulvární prvky.

## **Abstract**

Kamil Bartošek, also known as Kazma, is one of the most prominent figures in Czech show business. This controversial host and producer built his career on deception, manipulation and questioning visible reality. His internet videos, where he mocks celebrities, politicians, or the media, have gained millions of views. The aim of this bachelor thesis is to map the typology of manipulative situations and techniques used by the creator in his videos. The theoretical part defines the concept of manipulation, tabloid, describes Kazma and his career, and introduces the videos that will be analyzed in the first practical part. The first research section focuses on characterizing manipulative situations in the work of Kazma. First part focuses on three selected videos and further examines manipulative situations and techniques. In the following chapter of the research section, nine articles reacting to Kazma's actions in the media are analyzed. The articles specifically concentrate on manipulative and tabloid elements.

## **Klíčová slova**

Kazma, manipulace, klam, bulvární média, video

## **Keywords**

Kazma, manipulation, deception, tabloid media, video

# Obsah

<b>Úvod</b>	<b>7</b>
<b>A: Teoretická část</b>	<b>8</b>
1. Bulvární média	8
<b>1.1 Znaky bulváru</b>	<b>9</b>
2. Manipulace	10
2.1. Stupně manipulace	10
2.2. Druhy manipulace	11
2. Kazma a One Man Show	14
2.1 Stream.cz	15
3. Kazmova videa	15
4.1 Kazma a Leoš Mareš	15
4.1.1. Kdo je Leoš Mareš	15
4.1.2. Shrnutí videa - Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů	16
4.2 Kazma a Prostřeno	17
4.2.1. Co je Prostřeno	17
4.2.2. Shrnutí videa - Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v Česku	17
4.3 Kazma a Miloš Zeman	18
4.3.1. Kdo je Miloš Zeman	18
4.3.2. Shrnutí videa - Prezident Miloš Zeman se stal obětí dlouho utajované mystifikace!	19
<b>B: Praktická část</b>	<b>20</b>
5. Analýza tří videí	20
5.1 Cíle a metodologie	20
5.2. Leoš Mareš	20
5.3. Kazma a Prostřeno	22
5.4. Kazma a Miloš Zeman	24
5.5. Shrnutí analyzovaných videí	25
6. Rozbor článků	26
6.1. Cíle a metodologie	26
6.2 Leoš Mareš	27
6.2.1 První článek	27
6.2.2. Druhý článek	28
6.2.3. Třetí článek	29
6.2.4. Srovnání analyzovaných článků - Leoš Mareš	30
6.3. Prostřeno	31
6.3.1. První článek	31

6.3.2. Druhý článek	32
6.3.3. Třetí článek	33
6.3.4. Srovnání analyzovaných článků - Prostřeno	34
6.4. Miloš Zeman	34
6.4.1. První článek	34
6.4.2. Druhý článek	35
6.4.3. Třetí článek	36
6.4.4. Srovnání analyzovaných článků - Miloš Zeman	37
6.5. Shrnutí analýzy článků	37
<b>Závěr</b>	<b>40</b>
<b>Summary</b>	<b>40</b>
<b>Zdroje</b>	<b>42</b>

## Úvod

Manipulace u většiny populace vzbuzuje negativní asociace. Setkáváme se s ní v mnoha oblastech života, čelíme jí v médiích, ze strany politiků. Když o manipulaci slyšíme nebo čteme, zpravidla to je v kontextu: jak manipulaci rozpoznat, odolat, ubránit se jí. Kamil Bartošek, známý též pod pseudonymem Kazma, si však na manipulaci, klamu a zpochybňování viditelné reality založil svou tvorbu a stal se díky tomu jednou z nejvýraznějších postav českého showbyznysu. Internetová videa, na kterých si dělá legraci z celebrit, politiků nebo médií, mají miliony zhlédnutí. Pro některé je drzým jedincem, kterému není nic svaté, druzí ho za jeho odvážné a neotřelé nápady obdivují.

Tato práce si klade dva cíle. Prvním je analyzovat tři Kazmova videa, a definovat, s jakými manipulativními technikami a situacemi pracuje. Druhým cílem této práce je analyzovat články, které na Kazmova videa reagovaly. Vzhledem k tomu, že je Kazmova tvorba založena na překvapení a skandálu, získává si pozornost především bulvárních médií. Právě bulvár totiž na Kazmovy šprýmy nejvíce reaguje a o jeho aktivitách pravidelně informuje. V analyzovaných článcích se zabýváme tím, jaké bulvární rysy články obsahují a jakým způsobem se bulvární prvky prolínají s prvky manipulativními.

V druhé kapitole praktické části došlo k odchýlení od teze. Ačkoliv je v tezi uvedeno, že předmětem analýzy budou tři články, nakonec bylo analyzováno článků devět. Tato změna byla provedena kvůli dosažení ucelenějšího přehledu o tom, jak média na jednotlivá videa reagovala, což umožnilo hlubší komparaci článků mezi sebou.



# A: Teoretická část

## 1. Bulvární média

Slovo „bulvár“ vychází z francouzského boulevard a označuje třídu, širokou ulici, promenádu. Má svůj původ v novinách, které se na počátku 19. století prodávaly na ulicích. Aby si prodejci, takzvaní kameloti, zajistili vyšší tržby, vyvolávali překroucené modifikace titulků. Tyto noviny byly masově dostupné, levné a srozumitelné široké veřejnosti.<sup>1</sup>

Bulvární žurnalistika vznikla na přelomu tisíciletí v Anglii a Spojených státech amerických. Její zakladatelé vycházejí z předpokladu, že většina lidí se nejvíce zajímá o informace, které souvisejí se základními pudy lidské psychiky, jako je pud sebezáchovy, potřeba zachování rodu s uspokojování ctižádosti.<sup>2</sup>

Encyklopedie praktické žurnalistiky popisuje bulvár jako něco laciného, vulgárního, jednoduchého. Jako bulvární můžeme označit jakékoli médium, které přináší neověřené informace, orientuje se na skandály a senzace a podává je čtivou, jednoduchou, zábavnou formou. Bulvár čtenáře nemá nutit k přemýšlení, neklade nároky na intelekt, vzdělání ani sociální postavení. Jeho cílem je zasáhnout co nejširší publikum.<sup>3</sup> Jeho cílem je upoutat a pobavit čtenáře, nezatěžovat ho příliš velkým množstvím složitých informací. Tištěná bulvární média vychází ve vysokém nákladu, mohou být levnější oproti seriózním magazínům či novinám.

Hvížďala definuje sociální funkce, které bulvár ve společnosti plní takto:

- *Seznamuje lidi, kteří se jinak příliš o veřejné dění nezajímají, s nejzásadnějšími politickými problémy ve zjednodušené formě.*
- *Přináší právní a sociální servis pro sociálně slabší část společnosti.*
- *Stimuluje kult úspěšnosti, ukojuje touhu po sexu a krvi.*

---

<sup>1</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan. In: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1999, s.32. Libri. ISBN 80-85983-76-1.

<sup>2</sup> DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1997. s. 65. ISBN 80-200-0617-6.

<sup>3</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan. In: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1999, s.32. Libri. ISBN 80-85983-76-1.

- *Má kvalitně zpracované sportovní rubriky, které mohou tvořit až polovinu rozsahu novin.*<sup>4</sup>

Přestože je bulvár často přehlížen pro neseříznost, pokleslost a jednoduchost, je nedílnou součástí mediálního prostoru. Důkazem může být, že deník Blesk je v Česku dlouhodobě nejčtenějším tištěným deníkem.<sup>5</sup>

Hranice mezi bulvárním a seriózním článkem však není vždy zcela jasná. I seriózní média podléhají v touze po vyšších ziscích bulvarizaci. Projevuje se „zezábavněním,” snahou o upoutání a zabavení čtenáře, popularizací témat, důrazem na vyšší atraktivitu reportáží a článků, posilováním vizuální složky a zjednodušováním informací. Na bulvarizaci médií se podílí také zesilující vliv mediálních vlastníků, zájmových skupin, PR agentur a politických struktur.<sup>6</sup>

## 1.1 Znaky bulváru

Bulvární média se zabývají chytlavými tématy, soukromými příběhy, skandály celebrit, kriminálními a násilnými příběhy, tématy spojenými se sexem. Hlavním cílem je čtenáře zaujmout a pobavit. Články jsou psány jednoduchým, poutavým jazykem v kratších větách. Jazyk nebývá vždy spisovný, využívají se expresivní slova, vulgarismy, frazémy, výkřiky. Bulvární novináři nectí princip nestrannosti, ve člancích se proto objevuje polarizace na „dobro” a „zlo” a hodnotící postoje autora. Bulvár využívá nespolehlivé, anonymní zdroje, které označuje za „důvěrné“ či „tajné”.<sup>7</sup>

Vizualita v bulváru hraje významnou roli při uplatňování poutací funkce. Bulvární články se vyznačují velkými titulky, které mohou být i pestrobarevné, některá slova mohou být napsána hůlkovým písmem, titulky bývají vsazené do barevného rámečku či grafiky. Barevné kombinace bývají kontrastní, například červená a bílá, žlutá a černá. Bulvár pracuje i s dalšími grafickými prvky, jako jsou hvězdy či komiksové bubliny. Pro bulvární grafiku je typický důraz na obrazovou složku, ve člancích se proto objevují rozměrné fotografie doprovázené

<sup>4</sup> HVÍŽDALA, Karel. MÉDIA: *Bulvár, to není nadávka*. Neviditelnýpes.lidovky.cz. Online. 2007. Dostupné z: [https://neviditelnypes.lidovky.cz/spolecnost/media-bulvar-to-neni-nadavka.A071031\\_205744\\_p\\_spolecnost\\_wag/tisk](https://neviditelnypes.lidovky.cz/spolecnost/media-bulvar-to-neni-nadavka.A071031_205744_p_spolecnost_wag/tisk). [cit. 2023-12-14].

<sup>5</sup> *Přehled výsledků výzkumu MEDIA PROJEKT*. Online. Unie vydavatelů. Roč. 2023, s. 2-3. Dostupné z: [https://www.median.eu/cs/?page\\_id=37](https://www.median.eu/cs/?page_id=37). [cit. 2023-12-13].

<sup>6</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, ed. a KOPÁČ, Radim, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Vydání první. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 11-13. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>7</sup> Tamtéž.

obsáhlými emotivními popisky a obsáhlé fotogalerie.<sup>8</sup> Příkladem mohou být zvětšeniny portrétů z osobního života celebrit doplněné o expresivní typografii. Článekové fotogalerie na internetových bulvárních portálech často obsahují desítky fotek.

Bulvár se vyznačuje tím, že dramatickost titulku zpravidla neodpovídá obsahu textu.<sup>9</sup> Také v seriózních médiích plní titulky poutací roli, v případě bulvárních médií je však tento aspekt obzvlášť významný.

## 2. Manipulace

Český etymologický slovník uvádí jako latinský původ pojmu „manipulace“ spojení slov *manus* – „ruka“ a *plere* – „plnit“. Původ můžeme najít také v latinském slově *manipulus* – „hrst, náruč, otýpka“.<sup>10</sup>

Slovo „manipulace“ v expresivním významu definujeme jako „nekalé zacházení s chováním lidí, a také jako jazykovou manipulaci, která je založena na využívání jazykových prostředků ke skrytému a podvodnému ovlivňování lidí.“<sup>11</sup> Pokud s námi někdo chce manipulovat, snaží se nás oklamat, rozhodovat za nás a znemožňuje nám vytvořit si vlastní názor.

Ftorek manipulaci popisuje jako „*způsob ovlivňování jednotlivce, skupiny nebo celé společnosti, v jehož důsledku se výrazně změní názory a postoje cílové skupiny, aniž by si to dotyční uvědomovali. Manipulovaná osoba nebo skupina je většinou přesvědčena, že je sama iniciátorem konkrétního jednání, že její rozhodnutí je projevem vlastní vůle.*“<sup>12</sup>

### 2.1. Stupně manipulace

Rozdělení manipulace existuje v odborné literatuře mnoho. V této práci uvádíme několik dělení, které definují rozdílné stupně a způsoby manipulace.

Licényi rozděluje mediální manipulaci na čtyři druhy: persvazi, plánovanou manipulaci, nátlak a násilí. **Persvaze** má funkci přesvědčovací, získávací a ovlivňovací, jejím cílem je formovat vědomí příjemců a působit na veřejné mínění. Může však být nezáměrná a

---

<sup>8</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, ed. a KOPÁČ, Radim, ed. *Co je bulvár; co je bulvarizace*. Vydání první. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 11-13. ISBN 978-80-246-3229-2.

<sup>9</sup> SHATURA, A. A. *Titulky v psané publicistice*. In Naše řeč, 1999, s.79-86. roč. 82, č. 2.

<sup>10</sup> REJZEK, Jirí. *Český etymologický slovník*. Leda, Voznice 2012, s. 362. ISBN 978-80-7335-296-7.

<sup>11</sup> WRÓBEL, Alina. *Výchova a manipulace*. Grada, Praha 2008, s. 21-22. ISBN 978-80-247-2337-2

<sup>12</sup> FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 73-74. ISBN 978-80-247-3926-7.

neplánovaná, jejími příjemci i iniciátory můžeme být v běžných denních situacích, například při hovoru s učitelem nebo kamarádem.<sup>13</sup>

Jako další stupeň manipulace označuje Lincényi **plánovanou manipulaci**. Jde o promyšlený způsob manipulace. Tento druh se vyznačuje tím, že manipulátor ukrývá své opravdové úmysly, zatímco své zájmy vydává za všeobecný zájem společnosti. Jako rozdíl mezi těmito dvěma stupni manipulace se považuje, že na příjemce při persvazi není nahlíženo jako na manipulovatelnou masu. Mohou být přesvědčováni, aniž by byli manipulováni.

Třetím stupněm je **manipulativní nátlak**, který můžeme označit jako úsilí či tlak směřující k vynucenému přijetí určitého učení, zásad, názorů. Psychický tlak má za cíl potlačovat individuální úsudek recipientů. Lincényi do této kategorie zařazuje propagandu.

Nejvyšším stupněm manipulace je **násilná manipulace** (či brainwashing). Termín pochází z politických programů komunistické Číny a Koreji a odkazuje na systematické a často násilné eliminování zavedených idejí z lidské mysli s cílem dosadit na jejich místo ideje nové. Cílem násilné manipulace je vytvořit nového, přeprogramovaného člověka.<sup>14</sup>

## 2.2. Druhy manipulace

V médiích se setkáváme se třemi hlavními typy manipulace.

1. *Cílená manipulace, jejíž cílem je změnit názor příjemce.*
2. *Zkreslení skutečnosti za účelem zábavy příjemce (bulvární média) a pro pobavení vysílatele (aprílové žerty).*
3. *Důsledky novinářských omylů z důvodů buď objektivních (vzdálenost od zdroje, zkreslení překladem) či subjektivních (vzdělání, výchova).<sup>15</sup>*

Podrobnější rozdělení metod manipulace definuje Žantovský. Jeho klasifikace se částečně překrývá s typologií lingvisty Chomského a Gregora. Níže představujeme druhy manipulace, o kterých se tito autoři zmiňují.

---

<sup>13</sup> LINCÉNYI, Marcel. *Manipulácia a objektivita v masmédiách*. Brno: Tribun EU, 2013. s.74-75. Librix.eu. ISBN 978-80-263-0534-7.

<sup>14</sup> Tamtéž.

<sup>15</sup> VERNER, Pavel. *Propaganda a manipulace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. s. 89. ISBN 978-80-7452-015-0.

Nejčastějším způsobem manipulace je **zamlčování nepohodlných informací**. K úplnému zamlčování nepohodlných informací docházelo v čase totality, avšak v menší a sofistikovanější míře probíhá dodnes. Zamlčování se mohou dopouštět politici, zájmové skupiny, média. Projevuje se například tím, že u sporu dvou stran dáme prostor pouze jedné straně, případně argumenty jedné strany upřednostníme.<sup>16</sup>

Na **zveřejňování neověřených informací** můžeme nahlížet jako na opačné oproti předchozího způsobu manipulace. Jde o zveřejňování informací, které nelze ověřit, případně jim chybí zdroj.<sup>17</sup> Může se projevovat tak, že médium cituje neznámého odborníka, který s danou problematikou nemá nic společného, případně si odborníka dokonce vymyslí. Specifickou variantu představuje situace, kdy novinář uvádí svůj zdroj jako tajný či důvěryhodný. Jsou situace, kdy novinář musí zdroj anonymizovat. Pokud však médium na anonymních zdrojích zakládá většinu článků, může jít o prvek manipulace.<sup>18</sup>

**Invektivy a nálepky** jsou zjednodušující definice, které se „nalepí“ na danou osobu či instituci, bez ohledu na to, jestli je takové označení pravdivé či spravedlivé. Takové označení působí na emoce čtenáře či diváka, může fungovat jako prvek ztraktivnění. Pokud autor prosazuje svůj názor, hodnotí aktéry, rozděluje je dobré a špatné, je to znakem toho, že se snaží příjemce zmanipulovat.<sup>19</sup>

**Využívání autorit** je metoda používání známých osobností, lidí, jejichž názory jsou ve společnosti respektované, k dosažení svých cílů. Osobnosti také dobře slouží k přivedení pozornosti na téma, které chceme zdůraznit.

Podobným druhem manipulace je **metoda zdánlivých autorit**. Pokud se člověk často ukazuje v médiích a vyjadřuje se k určitým problémům, příjemci ho začnou vnímat jako odborníka, autoritu, a to i přesto, že odborníkem na dané téma vůbec být nemusí. Média zároveň mají možnost vybrat si takového odborníka, který bude vyhovovat jejich záměrům.

---

<sup>16</sup> IŁOWIECKI, Maciej a Petr ŽANTOVSKÝ. Manipulace v médiích. Univerzita Jana Amose Komenského, Praha 2008. s. 77-101. ISBN 978-80-86723-50-1.

<sup>17</sup> Tamtéž.

<sup>18</sup> GREGOR, Miloš a MLEJNKOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. 2. vydání. Brno: CPress, 2018. s. 59-62. ISBN 978-80-264-2249-5.

<sup>19</sup> Tamtéž..

**Záměrného obviňování** se mohou dopouštět političtí protivníci, instituce, politici vůči médiím či konkrétním novinářům. Projevuje se zveřejňováním očeřujících informací, které se opírají o neověřené či lživé informace.<sup>20</sup>

**Manipulace pomocí titulků a perexů.** Titulek je první text, který příjemce vidí, jeho úkolem je upoutat čtenáře. Sdělení titulku, případně titulku a perexu je často to jediné, které si příjemce přečte. Tato první, zkratkovitá informace však může posunout či zcela dezinterpretovat obsah následujícího sdělení. Pokud se tak děje, hovoříme o manipulaci pomocí titulků a perexů. Titulky, které dramatickostí neodpovídají zbytku textu, jsou typické pro bulvární tisk.

**Metoda překrytí** představuje odvedení či rozptýlení pozornosti lidí od jednoho problému tím, že se jim předá jiné zajímavé či senzační informace. Tím se „překryje“ to, co má být dle manipulátorů odsunuto stranou pozornosti a veřejného zájmu.

**Ovlivňování emocí** lze provádět zvukem, obrazem i slovy. Použití citového přístupu je klasická technika, jak se vyhnout racionální analýze a kritické úvaze. Pomocí vyvolání negativních či pozitivních emocí je snadné dosáhnout hodnocení, které manipulátor zamýšlí.<sup>21</sup>

**Objektivizace reality** je metoda nerozlišování mezi faktem a jeho interpretací. V praxi se tento způsob manipulace může projevovat tak, že například novinář nerozdělí samotnou informaci a komentář k ní. Do této kategorie můžeme zařadit i využívání vymyšlených anket, odkazování na neexistující zahraniční média a weby, citování smyšlených odborníků.

**Technika pochlebování** využívá lidské ješitnosti a touze po splynutí s většinovým názorem. Projevuje se frázemi typu: „každý rozumný člověk musí uznat, že...“, za které se dodají subjektivní názory manipulátora. Pochlebování má za cíl manipulovanou osobu přesvědčit, že to manipulátor myslí dobře se všemi.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> ŁOWIECKI, Maciej a Petr ŽANTOVSKÝ. Manipulace v médiích. Univerzita Jana Amose Komenského, Praha 2008. s. 77-101. ISBN 978-80-86723-50-1.

<sup>21</sup> Tamtéž.

<sup>22</sup> Tamtéž.

**Infantilní přístup** manipulace se projevuje způsobem projevu, argumenty, případně i intonací promluvy, jako by příjemce byl malé dítě nebo byl mentálně zaostalý. Tento přístup podle Chomskyho omezuje racionální kritičnost.<sup>23</sup>

## 2. Kazma a One Man Show

Kamil Bartošek, přezdívaný Kazma, je český moderátor, producent a bavič. Je moderátorem a producentem pořadu One Man Show, jednoho z nejvíce sledovaných pořadů v České republice. One Man Show začínala ve formátu internetové talk show. Moderátor si do studia zval slavné osobnosti a vedl s nimi neformální rozhovory. První díl One Man Show vyšel v roce 2009 na platformě Stream.cz. V roce 2015 byl publikován první díl pořadu One Man Show, který již nebyl koncipován jako rozhovor, ale byl postavený na principu pranku, tedy žertu, který má druhého uvést do překvapivé, nepříjemné situace. Moderátor využil koncertu americké zpěvačky Katy Perry v Praze k tomu, aby vytvořil její dvojnici, kterou poté zmátl fanoušky slavné zpěvačky. Kazma video označil za první díl druhé generace One Man Show.<sup>24</sup>

Od té doby se Kazma soustředí výhradně na videa, ve kterých mystifikuje ostatní. V dalším videu, taktéž zveřejněném roku 2015, dostal dvojníka Jima Carreyho na pódium předávání cen Českého lva 2015. Video mělo úspěch, záměnu se svým dvojníkem na galavečeru ocenil samotný herec Jim Carrey. O podfuku informoval (tehdy) 14 milionů fanoušků na svém Twitteru.<sup>25</sup>

Kazmova videa získala pozornost nejen českých, ale i světových médií. O pranku, ve kterém fanoušek USA během mistrovství světa v ledním hokeji pronikl do šatny ruského národního týmu, psaly britské deníky Mirror a Daily Mail i prokremelská televize Life.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> NOAM CHOMSKY - TOP 10 MEDIA MANIPULATION STRATEGIES. TheInternetCoalition.com. Online. 2010. Dostupné z: [http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation\\_08.html](http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html). [cit. 2023-12-30].

<sup>24</sup> ZÁHORSKÁ, Lena. *Reality show v umění*. [online]. Brno, 2019 [cit. 2024-01-02]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/itzkve/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce prof. ak. soch. Tomáš Ruller.

<sup>25</sup> ALBRECHTOVÁ, Eva. *Virální video jako nástroj posilující znalost značky*. Zlín, 2018. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDr. Milan Banyar, Ph.D.

<sup>26</sup> Tamtéž.

Kazmova nejznámější videa se stala okamžitě po publikování virálními. Jeho tvorba přesně splňuje předpoklady pro to, aby se virální stala. Jeho videa jsou vtipná, šokující a originální, má potenciál přitáhnout pozornost a vyvolat emoce u diváků.<sup>27</sup>

Nejsledovanější díl One Man Show, ve kterém Kazma zmanipuloval natáčení reality show Prostřeno, má k 1. lednu 2024 přes 5 300 000 zhlédnutí.<sup>28</sup>

## 2.1 Stream.cz

Platforma Stream.cz, na které jsou videa One Man Show publikována, je lídrem mezi českými internetovými televizemi. Získala Českého lva za Mimořádný počin v oblasti audiovize. Funguje od 21. prosince 2006. Původní podoba televize byla založena na principu nahrávání uživatelských videí, která v menší míře doplňoval autorský obsah. Tento formát však tehdy nezaznamenal vysoký zájem. Více pozornosti se televizi dostalo, když o rok později polovinu podílu odkoupil Seznam.cz. V roce 2011 se Seznam.cz stal odkupem zbývajících 50 % podílu výhradním vlastníkem.<sup>29</sup>

## 3. Kazmova videa

Praktická část této práce se zaměřuje na tři díly One Man Show, které byly publikovány na portále Stream.cz. Pro lepší orientaci v problematice obsah tří videí níže shrnuji.

### 4.1 Kazma a Leoš Mareš

#### 4.1.1. Kdo je Leoš Mareš

Moderátor Leoš Mareš provází od roku 1998 ranním vysíláním rádia Evropa 2. Nejprve pořad moderoval sám, poté se k němu připojil kolega Patrik Hezucký, s nímž pořadem Ranní show provází dodnes. Od roku 2003 spolupracoval na rozsáhlých projektech soukromých televizí, moderoval soutěže Big Brother, Česko hledá Superstar, X Factor a mnoho dalších.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> SCOTT, David Meerman. *Nová pravidla marketingu a PR: naučte se využívat vydávání zpráv, blogy, podcasty, virální marketing a online média pro přímé oslovení zákazníků*. Brno: Zoner Press, 2008. s. 107-108.. Encyklopedie Zoner Press. ISBN 978-90-86815-93-0.

<sup>28</sup> *Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v Česku*. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-nejvetsiho-televizniho-skandalu-v-cesku-180407>. [cit. 2023-12-30].

<sup>29</sup> Tamtéž.

<sup>30</sup> ADAMEC, Martin. *Leoš Mareš – fenomén českého moderátorství*. Praha, 2018. 384 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Mgr. Petr Bednařík, Ph.D.



S narůstající popularitou se o jeho život začala zajímat média, a postupně se stal oblíbenou postavou bulvárních médií. Leoš Mareš je jedním z nejznámějších českých moderátorů. Na Instagramu ho sleduje přes 1,2 milionu lidí, což z něj dělá jednoho z nejvlivnějších influencerů v Česku.

#### **4.1.2. Shrnutí videa - Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů**

V březnu 2018 se Leoš Mareš ve vysílání Evropy 2 vsadil, že bude jezdit celý měsíc v trabantu. Řekl, že pokud ho někdo uvidí řídit jiné auto, dostane jeho Ferrari. Když byl o několik týdnů později moderátor na cestě do rádia, viděl dopravní nehodu. Zastavil u ní a podle instrukcí operátorky sedl do nabouraného auta, aby s ním couvl a pomohl tak muži zaklíněnému uvnitř vozu. Nehoda však byla fingovaná. Vzápětí zpoza křoví vyběhl Kazma a štáb One Man Show, aby Marešovi oznámili, že právě prohrál své Ferrari.

Stejného dne vydal Leoš Mareš vyjádření na svém instagramovém účtu, ve kterém svým sledujícím vysvětlil, co se mu ráno přihodilo a jak ho nastražená nehoda šokovala. Příběh si získal okamžitou pozornost a Kazma byl následující měsíce za svůj vtípek ostře kritizován jak v médiích, tak na sociálních sítích.

O několik měsíců později, 18. září 2018, vyšlo na kanále One Man Show video „Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů”<sup>31</sup>, ve kterém Kazma odhalil, jakým způsobem na Mareše nehodu nastražil. Video začíná scénou, kdy Kazma pobaveně sděluje svému týmu, že Marešovo Ferrari je koupeno na leasing, tudíž kdyby sázku prohrál, nebude ho moci nikomu dát. Na základě tohoto zjištění se tým rozhodne, že Mareše přistihnou řídit jiné auto.

Ve videu sděluje, že fingovanou nehodu však nevytvořil proto, aby získal Marešovo Ferrari, nýbrž aby poukázal na důležitost zastavování u dopravních nehod. Kazma podrobně vysvětluje, jak falešnou nehodu připravovali.

Kazma následně představuje kampaň 1/10, která poukazuje na to, že u dopravních nehod zastavuje pouze jeden řidič z deseti. Ve videu ukazuje, že číslo 1/10 se v minulých měsících

---

<sup>31</sup> ONE MAN SHOW. *Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů*. Extra.cz. Online.

2018. Dostupné: <https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-skandalu-prohrane-sazky-o-ferrari-za-8-000-000-kc-180552>. [cit. 2023-12-18].

objevilo na billboardech, tramvajích, významných pražských budovách. Do videa zapojuje i řadu českých a slovenských celebrit. Celé video končí výpravným videoklipem a písní Cizí zed', která je věnovaná síle nenávisti na internetu.<sup>32</sup> Kazma zanechává v divákovi poselství, že nenávist, které se mu dostalo, vyvolal záměrně, aby ji využil k dobrému skutku.

Leoš Mareš po zveřejnění videa Kazmova slova rozporoval. Uvedl, že Kazma úvodní scénu, ve které se dozvídá o tom, že moderátor má auto na s leasing, do videa přidal dodatečně. V době, kdy nehodu zinscenoval, o leasingu podle Mareše nevěděl. Stojí si za tím, že Kazma po něm Ferrari chtěl, protože předání auta mělo být původním smyslem videa. Když se však dozvěděl, že auto nedostane, potřeboval vymyslet jinou pointu videa, kterou si získá zpět přízeň veřejnosti, a proto přišel s charitativním rozměrem.<sup>33</sup> Na internetu se později objevila informace, že web 1z10.cz, který Kazma propagoval na billboardech po celé republice, byl zaregistrován až 9. května 2018, tedy asi 2 týdny po Kazmově vtípku na Mareše.<sup>34</sup>

Dodnes není známo, jak se události přesně odehrály, zda je pravda na straně Leoše Mareše, Kazmy, či ještě někde jinde.

## **4.2 Kazma a Prostřeno**

### **4.2.1. Co je Prostřeno**

Gastronomickou reality show Prostřeno vysílá od roku 2010 televize Prima. Pořad se vysílá ve všední dny. Každý týden se v něm utká pět soutěžících, kteří se navzájem neznají. Soutěžní večery se odehrávají doma u účastníků, kteří musí pro ostatní vytvořit co nejlepší menu. Účastníci se navzájem po každém večeru hodnotí známkami. Kdo získá nejvyšší počet bodů, dostane finanční odměnu.<sup>35</sup>

### **4.2.2. Shrnutí videa - Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v Česku**

V březnu 2017 odvysílala televize díly pořadu Prostřeno, ve kterých vystupuje soutěžící Karel Ondrka. Jeho výstřednost upoutala i lidi, kteří běžně show nesledují. IT specialista Karel trpěl Tourettovým syndromem, proto vykřikoval sprostá slova, žil v bytě se slepicí pojmenovanou

---

<sup>32</sup> Tamtéž.

<sup>33</sup> VANČURA, Tadeáš. *Kazma vs. Leoš Mareš - aktuální shrnutí celé kauzy*. Online. 2018. Dostupné z: [https://www.rexter.cz/rubriky/zajimavosti/kazma-vs-leos-mares-aktualni-shrnuti-cele-kauly\\_169.html](https://www.rexter.cz/rubriky/zajimavosti/kazma-vs-leos-mares-aktualni-shrnuti-cele-kauly_169.html). [cit. 2023-12-18].

<sup>34</sup> Tamtéž.

<sup>35</sup> ZDEŇKOVÁ, Alžběta. *Nezdvořilost a verbální agrese v prostředí mediální a on-line komunikace. Útoky na tvář v gastronomické reality show Prostřeno!*. Olomouc, 2020. diplomová práce (Mgr.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta.

Babiš, ve vaně mu plavaly rybičky, měl dvacet dioptrií, trpěl lupénkou, byl posedlý staršími ženami, místo postele spal v rakvi.

Karel Ondrka byl natolik bizarní, že po odvysílání dílů začali lidé na internetu spekulovat o tom, že šlo o najatého herce. Měli podezření, že muže do pořadu dosadila sama televize, aby si zvýšila sledovanost.<sup>36</sup>

V květnu téhož roku vydal Kazma video s názvem: „Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v Česku,<sup>37</sup> ve kterém se přiznává k tomu, že Karla Ondrku do pořadu nastrčil on, stejně jako dalšího z hráčů, Pavla. Prozrazuje, že se svým týmem byli fyzicky přítomni celému natáčení pořadu Prostřeno. Ukryli se ve skrytých místnostech vybudovaných přímo v bytě, dění sledovali přes skryté kamery a polopropustná zrcadla. Nastrčení soutěžící byli se štábem spojeni přes sluchátko, a Kazma jim radil, jak se mají chovat a co říkat.

Jídlo, které Karel Ondrka připravoval, se snažil co nejvíce zkazit, a chystal ho z nejhorších surovin. Každý z chodů vložil ho do trouby, která byla však falešná a vedla do místnosti, ve které se ukrýval Kazma. Štáb One Man Show do bytu přes okno vytáhl pokrm, který chvíli předtím uvařil michelinský kuchař. Přesto někteří soutěžící pokrmu odsoudili. V One Man Show je také ukázáno, že se televizní štáb snaží být vůči Karlovi empatický, ale za zády se mu směje a pomlouvá ho.

Na konci dílu Kazma prozrazuje, že akce měla sloužit především k osvětě. Protože jeho kolega trpí Tourettovým syndromem, rozhodl se Kazma na toto onemocnění poukázat a zvýšit povědomí o něm.

## **4.3 Kazma a Miloš Zeman**

### **4.3.1. Kdo je Miloš Zeman**

Miloš Zeman je politik a ekonom. Během sametové revoluce se zapojil do činnosti Občanského fóra a byl jedním z řečníků na Letenské pláni. V únoru 1993 byl zvolen předsedou ČSSD, ve funkci setrval do roku 2001. Mezi lety 1996–1998 byl předsedou Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, od roku 1998 do roku 2002 působil jako předseda

---

<sup>36</sup> *Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v Česku*. Stream.cz. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-nejvetsiho-televizniho-skandalu-v-cesku-180407>. [cit. 2023-12-30].

<sup>37</sup> Tamtéž.

vlády České republiky. V roce 2013 byl zvolen třetím prezidentem České republiky, byl zároveň prvním prezidentem zvoleným v přímé volbě. Prezidentský post opustil v roce 2023.<sup>38</sup>

#### **4.3.2. Shrnutí videa - Prezident Miloš Zeman se stal obětí dlouho utajované mystifikace!**

V dubnu 2019 odjel tehdejší prezident Miloš Zeman na státní návštěvu do Číny. V době návštěvy přišel do světových a českých redakcí e-mail s videem, které mělo zachycovat prezidenta Miloše Zemana při vstupu do restaurace v Hong Kongu. Na záznamu šedovlasý muž vystupuje z auta značky Mercedes a zastavuje u čínské stařenky, daruje jí svou hůl a předává jí dar zabalený v modré krabici. Na videu je i několik dalších lidí, představujících prezidentovu ochranku. Video bylo odesláno z e-mailové adresy vydávající se za redakci Hong Kong Free Press, pod zprávou je podepsaný novinář Kris Cheng.<sup>39</sup>

Rychle se však prokázalo, že je video falešné. Za fake ho označil jak tehdejší prezidentův mluvčí Jiří Ovčáček, tak i čínská redakce, ze které mělo přijít. Redakce i novinář sice opravdu existují, s videem však neměli nic společného. Video se v českých médiích sice objevilo, už však s označením „fake“.

Po více než roce, v září 2020, vydal Kazma nový díl One Man Show. Nesl název „Prezident Miloš Zeman se stal obětí dlouho utajované mystifikace!“<sup>40</sup> Prozradil v něm, že chtěl vytvořit fake video, které bude zachycovat prezidentova dvojníka, jak laskavě pomáhá čínské stařence. S vírou, že se video stane ve světě virálním, ho rozeslal zahraničním médiím. Dostalo se však rychle i do českých redakcí, které jeho falešnost odhalily, pozornost zahraničních médií si nezískalo vůbec.

---

<sup>38</sup> Miloš Zeman. Hrad.cz. Online. Dostupné z:

<https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/prezidenti-v-minulosti/milos-zeman>. [cit. 2023-12-30].

<sup>39</sup> Prezident Miloš Zeman se stal obětí dlouho utajované mystifikace! Stream.cz. Online.. 2020. Dostupné z:<https://www.stream.cz/onemanshow/prezident-milos-zeman-se-stal-obeti-dlouho-utajovane-mystifikace-64093182>. [cit. 2023-12-30].

<sup>40</sup> Tamtéž.

## B: Praktická část

### 5. Analýza tří videí

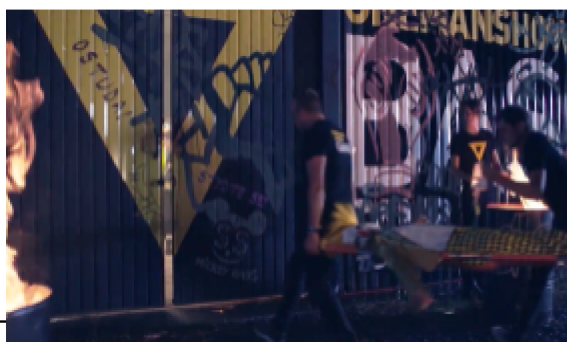
#### 5.1 Cíle a metodologie

Tato část práce se věnuje analýze tří Kazmových videí. Video do této práce byly vybrány tak, aby reprezentovala rozdílné aspekty jeho tvorby. Díl se seriálem Prostřeno byl divácky nejuspěšší v historii One Man Show. Video s Leošem Marešem bylo vybráno kvůli kontroverzi, kterou způsobilo. Video s Milošem Zemanem jsme zvolili proto, že je jediným videem One Man Show, jehož terčem byl politik, a také šlo o jeden z počínů, o kterých sám Kazma přiznává, že se mu nepodařil.

Cílem analýzy je určit, jaké druhy manipulačních technik a prvků Kazma ve svých videích využívá. Analyzujeme obrazovou a zvukovou složku videí, popisujeme, jakým způsobem Kazma One Man Show provází, jakou roli v jeho videích hrají grafické prvky, hudba, volba barev. Porovnáváme, jakým způsobem se liší druhy manipulace v jednotlivých videích.

#### 5.2. Leoš Mareš

Video s názvem „Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů“<sup>41</sup> vydal Kazma v době, kdy už o fingoané autonehodě věděla široká veřejnost. Video Kazma publikoval s vědomím, že má v médiích i mezi veřejností negativní pověst. Jak vysvětlujeme v teoretické části, byl v médiích a na sociálních sítích ostře kritizován za to, že zneužil tak vážnou událost, jakou je autonehoda, k načapání známého moderátora.



<sup>41</sup> ONE MAN SHOW. *Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů*. Stream.cz. Online. 2018. Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-skandalu-prohrane-sazky-o-ferrari-za-8-000-000-kc-180552>. [cit. 2023-12-18].

V prvním záběru divák vidí posprejovanou základnu One Man Show, tým na nosítkách odnáší zraněného šaška (*maskota pořadu, pozn. aut.*). V záběru se objevuje Kazma se šrámem na čele, situace je stylizovaná tak, že tým byl napaden, čímž Kazma odkazuje na nenávist, které se mu v posledních měsících dostalo. Atmosféru dokresluje tesklivá hudba. Na informační liště se vidíme: „Kazma Kazmitch, nenáviděný moderátor“. Tato scéna manipulativně působí na emoce diváka.

Kazma následně shrnuje události posledních měsíců, používá úryvky videí a článků z bulvárních médií, aby doložil ostrost kritiky, která se na něj snesla. Cítuje nenávistné komentáře z internetu, které jsou však anonymní, tudíž nelze ověřit jejich pravost. Zveřejňování informací, které nelze ověřit, jsou manipulační technikou. Kazmovi v této situaci slouží k posílení trpítele a outsidera, a divák nemá šanci zjistit, zda jsou autentické.

Po úvodní znělce Kazma roli trpítele opouští a chronologicky provádí diváka tím, jak léčku na Leoše Mareše spolu se svým týmem vytvořili. Používá obecnou češtinu, děj vysvětluje jednoduchými větami, používá expresivní výrazy. Manipulativně působí na divákovy emoce větou, jako je například: „Možná je vám Leoše teď trochu líto. Nám teda taky.“

V Kazmově vyprávění zaznívá také věta: „Tahle show je už několik let nejsledovanější věcí na českém internetu,“ která je manipulativním používáním neověřených informací. Podobně hodnotíme také větu: „Polovina republiky nám hrozila smrtí,“ která má za cíl působit na divákovy emoce, vyvolat v něm soucit s moderátorem, a zároveň je přehnaným trzením, jehož pravost nelze ověřit. Na emoce cítí také věta: „Možná je vám Leoše teď trochu líto. Nám teda taky.“

Když Kazma plánuje na Leoše léčku, hudební podkres je hravý, veselý. V polovině videa, kdy začíná hovořit o tom, že u autonehod zastaví pouze jeden řidič z deseti, se atmosféra videa změní. Pozitivní hudbu vystřídá dojemný hudební podkres, Kazma změní tón hlasu. Popsaný jev je v případě tohoto dílu One Man Show významný, můžeme ho označit za manipulaci s emocemi diváka.

Video každých několik minut prolínají úryvky z porady jeho týmu, které ve videu odlišuje černobílou barevností. Prostřednictvím debaty mezi členy štábu tak Kazma divákům ukazuje, jakým způsobem jednotlivé kroky fingované nehody plánují, domlouvají, jaké poselství má video nést. Tyto porady se však staly po publikování videa předmětem pochybností, protože

Leoš Mareš ho obvinil z toho, že je dotočil dodatečně. Údajně na nich sděluje svému týmu informace, které na začátku natáčení nevěděl. Nelze ověřit, kdo ze dvou aktérů má pravdu. Pokud by však Kazma opravdu tyto scény dotočil zpětně, jednalo by se o další z prvků manipulace.

Kazma se ve videu zaštiťuje odborníky, které mají jeho konání dodat relevanci. Hasičský psycholog vysvětluje, jak funguje psychika člověka, který zastaví u dopravní nehody, a potvrzuje, že fingovaná nehoda nezanechá v Leoši Marešovi žádné trauma. Aby Kazma posílil legitimitu své kampaně za zastavování u dopravních nehod, oznamuje ve videu spolupráci s ministerstvem dopravy a ukazuje záběr ze schůzky s tehdejším ministrem dopravy Danem Ťokem, který potvrzuje, že „i kdyby kampaň pomohla zachránit jednoho člověka, tak má smysl.“<sup>42</sup> Tato Kazmova strategie je manipulací pomocí využívání autorit. Kazma se tímto krokem snažil, aby prostřednictvím této manipulativní techniky jeho aktivity posílily na relevanci

V poslední třetině videa se Kazma snaží doložit, že charitativní rozměr akce, tedy kampaň 1/10, byla od začátku hlavní myšlenkou videa, nikoli snahou zachránit si pověst. Volí k tomu kombinaci manipulativních technik, jednou z nich je metoda překrytí. Diváka zahluje záběry na nespočet reklamních ploch, na kterých se kampaň 1/10 měla v minulosti objevit. Jeho cílem je diváka ohromit, v rychlém sledu není možné ověřit jejich autenticitu.

Video končí emotivní písní s videoklipem, na kterém se podílí desítky českých a slovenských zpěváků. Množství celebrit, které Kazma do videoklipu oslovil, můžeme hodnotit jako další prvek manipulace. Jak je zmíněno v teoretické části, používání celebrit je jednou z manipulativních technik. Slova písně jsou složena z nenávistných komentářů, které Kazmovi psali uživatelé v posledních měsících. Tyto komentáře jsou ve videu ukázány v liště, avšak jsou anonymní, tudíž nelze ověřit jejich pravost.

### **5.3. Kazma a Prostřeno**

Díly Prostřeno se soutěžícím Karlem Ondrkou zaznamenala i řada lidí, kteří běžně diváky reality shows nejsou. Úvod videa „Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v

---

<sup>42</sup> ONE MAN SHOW. *Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů.*

Online. 2018. Dostupné z:

<https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-skandalu-prohrane-sazky-o-ferrari-za-8-000-000-kc-180552>. [cit. 2023-12-18].

Česku<sup>43</sup> tomu odpovídá. Kazma se od začátku usmívá a prohlašuje: „Několik dlouhých týdnů řešila celá tahle republika jenom to, co je to sakra za člověka." Věta je manipulativní, protože není možné ověřit její pravdivost, slouží k ohromení diváka. Kazma své tvrzení dokládá fotografiemi bulvárních článků, které mají divákovi ukázat, jak populární téma bylo. Následně vítězoslavně prozrazuje, že výstřední soutěžící je herec, kterého do reality show nastrčil tým One Man Show.

Kazma hovoří sebevědomě, žoviálně, dává najevo, že si převahu nad štábem TV Prima užívá. „Štáb Prostřena dodnes neví, že se stal součástí naší reality show,” prohlašuje. Kazma používá nespisovnou češtinu a mnoho expresivních výrazů („úchylka na seschlý báby”).

Moderátor volí cíleně manipulativní způsob narace. Divákům vždy řekne výrok, který později částečně vyvrátí a upraví. O bytě, ve kterém měl Karel Ondrka hostit ostatní soutěžící, uvedl nejprve Kazma, že jde o obyčejný 2+1 byt, který si s týmem pronajali. Později se však divák dozvídá, že je to byt 4+1, který stavebně rozdělili na dvě části, aby v něm vytvořili dvě skryté místnosti pro štáb One Man Show. Že do reality show Kazma nastrčil nejen Karla Ondrku, ale také dalšího ze soutěžících, alkoholika Pavla, Kazma informuje až po uplynutí 25 minut z 33 minutového videa. V tomto momentě se divák dozvídá, že byt, ve kterém štáb natáčí, patří právě Pavlovi. Prostřednictvím techniky zamlčování informací si Kazma hraje s důvěrou diváka, prohlubuje jeho zvědavost.

Do některých částí videa je vložen hudební podkres, který je vždy veselý, symbolizuje divákovi triumf, který se Kazmovi podařil. Na důkaz svého povedeného vtipku Kazma ve videu tančí, směje se.

Tým One Man Show v díle pracuje s řadou grafických prvků. Graficky znázorňuje lokalitu či půdorysu bytu, ve kterém se akce odehrává, graficky jsou odlišeny také záběry ze skrytých kamer. Tyto prvky mají za cíl zatraktivnit video. Tyto prvky jsou zpracované kvalitně a pravdivě.

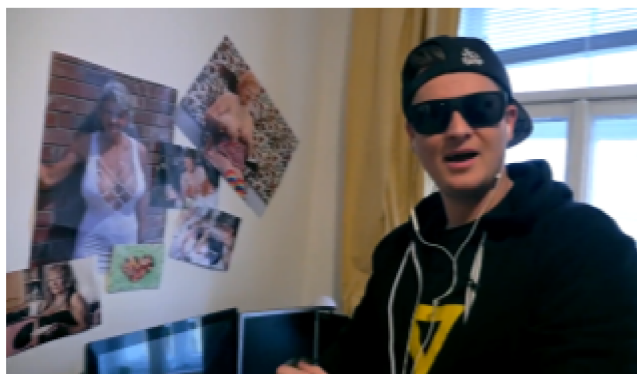
Ve videu se objevuje několik sexuálních motivů, jako jsou pornografické fotografie starších žen, které tým po bytě rozlepil, či nápad, že herec Ondrka bude mít permanentní erekci. Tyto

---

<sup>43</sup> Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v Česku. Stream.cz. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-nejvetsiho-televizniho-skandalu-v-cesku-180407>. [cit. 2023-12-30].



prvky mohou mít za cíl zvýšit zábavnost a atraktivitu. Můžeme na ně však nahlížet jako na



Obr. 2 Prostřeno\_1, screenshot videa, Zdroj: [www.stream.cz](http://www.stream.cz)

prostředek, který jde na ruku bulváru, a který k sobě Kazmu a bulvární média přibližuje.

V posledních minutách videa zanechává Kazma žoviálního tónu. Prozrazuje, že cílem celé akce bylo zvýšit povědomí o Tourettově syndromu. Povedený záměr dokládá fotkami, které ukazují, že se Tourettův syndrom stal v týden vysílání Prostřeno nejhledanějším slovem na českém internetu.

#### **5.4. Kazma a Miloš Zeman**

Video „Miloš Zeman se stal obětí dlouho utajované mystifikace!”<sup>44</sup> vychází v době, kdy falešné video s českým prezidentem lidé znají, avšak nevědí, že za ním stojí Kazma.

V úvodu Kazma vysvětluje, jakým způsobem One Man Show tým deepfake video s Milošem Zemanem vytvořil. Dopouští se manipulativní techniky zamlčování informací. Divákovi nejprve tvrdí, že s týmem poletí natáčet do Číny, avšak po několika minutách vysvětluje, že se jim do Číny nepodařilo odletět, protože jim ambasáda odmítla vydat víza. Celé video proto natočili v polské vesnici, že vytvořili imitaci ulice v Hong Kongu, pomocí kulis a počítačové techniky. Vzhledem k tomu, jakým způsobem Kazma manipuluje s vyprávěním, nemůžeme s jistotou věřit, že původní plán One Man Show týmu byl do Číny letět. Je možné, že šlo o další Kazmův klam.

Dominantním manipulativním prvkem v tomto videu jsou vyjádření, které mu mají dodat dramatickosti a důležitost, avšak nejsou pravdivá. „Tuhle velkou událost bude zejtra sledovat

---

<sup>44</sup> *Prezident Miloš Zeman se stal obětí dlouho utajované mystifikace!* Stream.cz. Online. 2020. Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/prezident-milos-zeman-se-stal-obeti-dlouho-utajovane-mystifikace-64093182>. [cit. 2023-12-30].

celej svět,” hodnotí Kazma prezidentovu návštěvu Číny. „Co je v týhle zelený krabici, zatím nikdo netuší. Ale určitě to bude chtít brzy vědět celej svět,” odkazuje na kartonový box, který falešný prezident na videu předává stařence. „A už zítra ráno bude psát o tomhle hrdinským kousku českýho prezidenta v Číně celej svět,” pronáší Kazma, když odesílá do světových redakcí své falešné video s vírou, že si ho zahraniční média všimnou.

Ve videu jsou využívány grafy, ilustrace, fotky, i ilustrační videa k dokreslení atmosféry. Grafy ani ilustrace však nemají informativní charakter, slouží k zabavení diváka, jsou prvkem ztraktivnění. Příkladem může být červená mapa České republiky, která je překrytá velkým nápisem „fake”. Kazma tímto způsobem ilustruje své tvrzení v momentě, kdy říká, že nahrávku s falešným prezidentem chce odeslat pouze do zahraničí, protože falešnost videa by české redakce ihned odhalily.

Video Kazma ukončuje poselstvím, že video s falešným prezidentem se mu sice nepovedlo, dílčí neúspěchy však vnímá jako daň za ostatní povedené počiny. Závěr videa cílí na emoce diváka, Kazmův hlas je motivační, podkresluje ho jemná hudba.



Obr. 3 Zeman\_1, screenshot videa, Zdroj: [www.stream.cz](http://www.stream.cz)

## 5.5. Shrnutí analyzovaných videí

Kazma ve všech videích diváka cíleně manipuluje. Nejvyšší míra manipulace při sledování One Man Show netkví v obrazové, avšak ve verbální stránce. Způsob, jakým Kazma pořadem provádí, má mnoho manipulativních prvků.

Výrazným prvkem Kazmovy manipulace je zatajování informací. Moderátor opakovaně divákovi podává verzi příběhu, kterou vzápětí popírá. Snaží se tím získat jeho maximální napětí a pozornost. Kazma užívá mnoho zveličených prohlášení, kterými se snaží diváka

ovlivnit, získat ho na svou stranu. Při jejich vyřčení používá fakta, která nelze ověřit, což můžeme označit za další projev manipulace .

Společným prvkem všech videí je také manipulace s emocemi diváka. Tento typ manipulace se nejvýrazněji projevuje v díle s Leošem Marešem, konkrétně v části, kdy Kazma představuje svou nadaci 1/10. V porovnání s Prostřeno, kde moderátor také hovoří o charitativním rozměru, je představení nadace 1/10 více manipulativní. Kazma se diváka snaží zahltit emocemi a dojmy a potlačit tak jeho úsudek. Staví se do role trpitele, který na sebe schválně poštvá český internet, aby poukázal na dobrou věc.

## **6. Rozbor článků**

### **6.1. Cíle a metodologie**

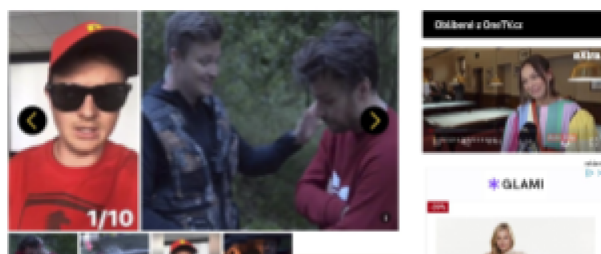
Tato část práce se zabývá analýzou devíti článků, které na vybraná Kazmova videa reagovaly. Všechny články pochází z bulvárních médií, protože právě ta se kauzami zabývala nejvíce. Analýza se soustředí na to, jak autoři textů pracují s manipulací, na kolik se ve člancích projevují specifika bulváru a jakým způsobem se bulvární prvky s manipulací prolínají. Předmětem analýzy je jak formální, tak obsahová složka jednotlivých částí článků. Při analýze využíváme klasifikaci bulvárních a manipulativních znaků popsanou v teoretické části práce. Texty k analýze byly vybírány na základě titulků. Byly zvoleny takové, které nesou co nejvíce manipulativních rysů, a tím pádem budou nejlépe sloužit účelům této práce. Do analýzy byly zvoleny články s titulky, který vyznívají ve prospěch Kazmy, ale také články s titulky podporující jeho protějšek. Cílem tohoto výběru bylo nahlédnout, jakým způsobem se do jednotlivých článků promítají odlišné postoje redaktorů. Články byly hledány podle klíčových slov „kazma mareš“, „kazma prostřeno“ a „kazma zeman“ na vyhledávači Newton. Řada bulvárních článků je zveřejněna bez uvedení autora a data publikace, z toho důvodu v některých citacích tyto údaje chybí.

## 6.2 Leoš Mareš

### 6.2.1 První článek

Článek „Leoši, buď chlap a dej Kazmovi ty klíče. Ferrari 488 Spider by mělo změnit majitele“<sup>45</sup> byl zveřejněný na bulvárním portále eXtra.cz 27.4.2018. Článek napsal redaktor či redaktorka se zkratkou „sos“, po rozkliknutí odkazu se však nic více než zkratka čtenáři neukáže, autora tedy není možné dohledat.

#### Leoši, buď chlap a dej Kazmovi ty klíče. Ferrari 488 Spider by mělo změnit majitele



Obr. 4 Mareš\_2, screenshot, Zdroj: www.extra.cz

Grafická úprava titulku naplňuje bulvární znaky, text je psán velkým, výrazným fontem, aby na sebe upoutal pozornost. Titulek nese bulvární rysy i po obsahové stránce. Autor Leoš Mareše oslovuje a radí mu, jak by se měl zachovat. Apelativní tón titulku podtrhuje jeho manipulativní funkci, protože čtenáři vnucuje, jaký by měl zaujmout postoj.

Článeková fotografie je koláž složená ze dvou fotografií, obě jsou špatného rozlišení. Jedna fotografie zobrazuje Kazmu a Mareše při rozhovoru bezprostředně po fingované nehodě, druhou redakce vystříhla z instagramových stories Kazmy.

Perex po grafické stránce nijak nevybočuje oproti tomu, jak bývá tato část textu běžně graficky zvýrazněna napříč médii. Autor v něm využívá expresivních výrazů („drsné léčky“) za účelem získání pozornosti čtenáře. V perexu se píše: „Past v podobě zinscenované nehody byla opravdu nechutná. Kazma zaslouží hluboké opovržení.“ V této větě autor čtenáři vnucuje svůj hodnotící soud, což můžeme označit jako prvek manipulace a zároveň bulvární rys, který čtenáři usnadňuje porozumění, protože na něj neklade nároky na přemýšlení.<sup>46</sup>

Pod textem je umístěna galerie obsahující více než osmdesát fotografií, většina z nich je obohacena o emotivní popisky, které jsou dalším bulvárním znakem.

<sup>45</sup> *Leoši, buď chlap a dej Kazmovi ty klíče. Ferrari 488 Spider by mělo změnit majitele.* Extra.cz. Online. Dostupné

z: <https://www.extra.cz/leosi-bud-chlap-a-dej-kazmovi-ty-klisce-ferrari-488-spider-by-melo-zmenit-majitele>. [cit. 17.11.2021].

<sup>46</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, ed. a KOPÁČ, Radim, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace.* Vydání první. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 11. ISBN 978-80-246-3229-2.

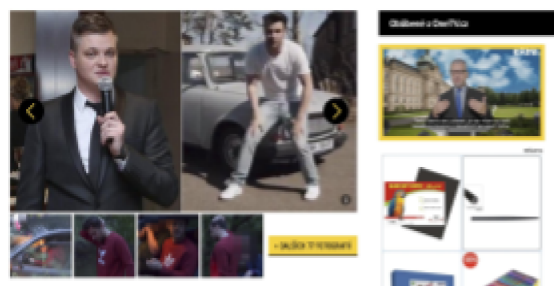
Text je bohatý na expresivně zabarvené výrazy („nadupaný“). Autor pracuje se jmény zveličelými („bourák“) i frazémy („past sklapla“). Všechny tyto prostředky jsou pro bulvár typické, protože jsou citově zabarvené a nelze je využít v neutrálním kontextu. Jsou používány proto, aby ve čtenáři vzbudily emoce a zvýšily atraktivitu textu. Ve článku se objevuje inkluzivní plurál, („A my čekáme také“). Jedná se o další příklad manipulativního vnucování postoje autora, případně redakce, čtenáři.

Redaktor téma polarizuje, ve spojitosti s Leošem Marešem používá autor slova jako „zaskočený“, „zachoval se jako chlap“, o Kazmově videu naopak píše jako o „neetickém“, „odporném“. Autor v celém článku svůj pohled zaměňuje za fakta, což klasifikujeme jako další manipulativní techniku objektivizací reality.

### 6.2.2. Druhý článek

Článek „Návod pro Leoše Mareše: Víme, jak Kazmovi zařídit trestní stíhání a VYSOUDIT STATISÍCE“<sup>47</sup> vyšel na portále eXtra.cz 25.4.2018 s celým jménem autora. Jak je zmíněno v teoretické části této práce, neadekvátně velký titulek je typickým bulvárním znakem, stejně jako použití hůlkového písma. Titulek je hodnotící, autor dává jasně najevo, k jakému účastníkovi sporu se přiklání. Redaktor používá plurál, aby poukázal, že ví něco víc, a přiměl tak čtenáře k otevření článku.

**Návod pro Leoše Mareše: Víme, jak Kazmovi zařídit trestní stíhání a VYSOUDIT STATISÍCE!**



Obr. 5 Mareš\_3, screenshot, Zdroj: www.extra.cz

Ke článku je připojená galerie se 77 fotkami. První, článkový snímek, je amatérsky vytvořenou koláží. Jednotlivé fotky v galerii jsou snímky vyříznuté z videa, každá fotek má svůj vlastní popisek. Autor tak čtenáře, který Kazmovo video neviděl, provází celým dějem. Popisky jsou psané obecnou češtinou a jsou plné expresivních výrazů („je značně rozhozen“). Obsáhlé fotogalerie jsou pro bulvár typické.

<sup>47</sup> *Návod pro Leoše Mareše: Víme, jak Kazmovi zařídit trestní stíhání a VYSOUDIT STATISÍCE!*. Extra.cz. Online. 2018. Dostupné z: <https://www.extra.cz/navod-pro-leose-marese-vime-jak-kazmovi-zaridit-trestni-stihani-a-vysoudit-statisice>. [cit. 2023-12-16].

Grafická stránka perexu bulvární znaky nenese. Autor však pracuje s emočně zabarvenými, nespisovnými výrazy („vytřískal“, „zavařit“).

V textu je použito několik výrazně červených hypertextových odkazů. Z textu je patrné, že ho autor psal se záměrem stát na straně moderátora Leoše Mareše. Ve článku vystupují dva advokáti. Jedním z nich je právnička, jejíž jméno není ve článku uvedeno. Autor zneužívá autoritu právničky, aby čtenáře zmanipuloval na svou stranu. Jazyk, kterým právnička hovoří, neodpovídá běžnému způsobu vyjadřování právníků v médiích („Leoš byl z toho špatný“). Její citace je proto nepřesvědčivá. V textu promlouvá i další právník, jehož jméno už je tentokrát v článku uvedeno. Vzhledem k tomu, že autor o několik řádků výše pracuje s anonymní, možná zcela vymyšlenou citací, ztrácí pro nás i druhý zdroj na důvěryhodnosti.

### 6.2.3. Třetí článek

Článek „Mareš a Kazma si novým dílem One Man Show uřízli ostudu. Zkází to jméno oběma?“<sup>48</sup> vyšel 24. dubna 2018 na portále Expres.cz. U článku není uvedeno jméno autora. Titulek naplňuje rysy bulváru po formální i obsahové stránce. Je černý, psaný velkým, výrazným fontem, využívá expresivní frazém („uřízli si ostudu“).



Obr. 6 Mareš\_4, screenshot, Zdroj: www.expres.cz

Místo článkové fotografie je pod titulkem umístěno video, což je prvek, který se používá i v seriózních on-line médiích. Na videu může čtenář zhlédnout třicetivteřinový úryvek z Kazmovy One Man Show.

Grafika perexu nenese bulvární znaky. V obsahové složce perexu prvek bulváru najdeme, a to ve zvolání, že Kazmova akce je „solidní kandidát na cenu za trapas roku!“

Článek nestojí na straně žádného z aktérů. Pracuje s informací, že akce Leoše Mareše a Kazmy byla naplánovaná. Jako důkaz předkládá fotografie z údajné tajné schůzky obou

<sup>48</sup> Mareš a Kazma si novým dílem One Man Show uřízli ostudu. Zkází to jméno oběma? Online. 2018. Dostupné z: [https://www.expres.cz/celebrity/kazma-one-man-show-video-leos-mares-trabant-trapas.A180424\\_214007\\_dx-c-celebrity\\_lare](https://www.expres.cz/celebrity/kazma-one-man-show-video-leos-mares-trabant-trapas.A180424_214007_dx-c-celebrity_lare). [cit. 2023-12-16]

moderátorů, které nafotili a bulváru poslali dva mladíci. V textu jsou uvedena pouze jejich křestní jména. Jak zmiňujeme v teoretické části, práce s nespolehlivými a anonymními zdroji prvkem bulvárních médií a zároveň manipulativní objektivizací reality. V textu je mnoho odkazů na předchozí články zveřejněné na [Expres.cz](http://Expres.cz), protože samotný text nepřináší žádné nové zjištění. Jde spíše o sumarizaci předchozích textů s komentářem autora. Ve článku nenacházíme mnoho jazykových prostředků bulváru.

Mezi odstavci je vloženo několik fotografií, které doprovází typicky bulvární hodnotícími popisky, například: „Ne, ne a ne. Mareš opravdu není hrdina.“ Článeková fotogalerie se skládá z fotografií nízké kvality, které jsou vyříznuté přímo z dílu *One Man Show*. Do fotogalerie autor umístil také fotografie Kazmy a Leoše Mareše ze společné schůzky, které je podle [Expres.cz](http://Expres.cz) usvědčují moderátory z toho, že kauzu společně vymysleli.

#### **6.2.4. Srovnání analyzovaných článků - Leoš Mareš**

Nejčastějším bulvárním prvkem, který se ve výše analyzovaných článcích objevoval, byly expresivní a hodnotící výrazy. U prvních dvou textů bylo zaznamenáno nejvyšší množství manipulativních a bulvárních prvků. V těchto dvou článcích jsme sledovali vysokou míru polarizace. Autor článku se rozhodl, kdo z aktérů představuje „zlo“ a kdo „dobro“, a na základě toho byl článek napsán. První dva texty brání Leoše Mareše a o Kazmovi píše kriticky, až s opovržením. Pouze třetí článek z webu [Expres.cz](http://Expres.cz) se staví negativně k oběma autorům. U všech tří textů je možné sledovat práci s nespolehlivými, anonymními zdroji.

Texty se odlišovaly identitou autora. Autor prvního článku na [eXpres.cz](http://eXpres.cz) je uvedený zkratkou „sos“, druhý článek, taktéž od [eXtra.cz](http://eXtra.cz) autora uvedeného má, třetí text na webu [Expres.cz](http://Expres.cz) je anonymní. Z textů není zřejmé, proč v jednom článku na [eXtra.cz](http://eXtra.cz) je k nalezení pouze zkratka, ze které jméno redaktora nelze odvodit, zatímco u druhého jméno zveřejněno je. Může jít o úmysl i nahodilost..

## 6.3. Prostřeno

### 6.3.1. První článek

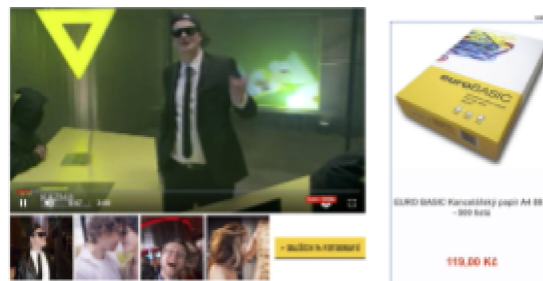
Článek „Kazma zničil Prostřeno! Televizi Prima už diváci neuvěří nic!”<sup>49</sup> vyšel na portále eXtra.cz 17.5.2017 se jménem autora. Titulek je výrazný, psaný velkým fontem. Zvolání, stejně jako dramatická slova („zničil”), jsou ukázkovým příkladem bulvárního titulku.

Médium místo článkové fotky využilo video, ve kterém si redaktoři povídají a hodnotí celou kauzu. Video je amatérsky natočené na telefon a špatně nazvučené, redaktorům je špatně rozumět. Nízká kvalita videa může být způsobena tím, že v redakci chtěli video natočit raději rychleji než kvalitně.

Redaktor v článku pracuje se zdrobnělinami („náhodičku”), frazémy („nemá v podvodu prsty”) i expresivními výrazy („exot”). Článek se není psán ve prospěch Kazmy ani televize. Posouvá téma k otázce, jak Kazmovo video ovlivnilo důvěru diváků v kuchařský pořad. Nepřináší však názory konkrétních diváků nebo statistiky o vývoji sledovanosti pořadu, na základě kterých by bylo možné článek postavit. Redaktor pracuje s hypotézami: „televizní diváci ztrácejí o pořad zájem” a „televizní divák prostě přestal věřit v to, že Prima pořadem nemanipuluje”, žádným způsobem je však nedokládá. Překládání nepodložených tvrzení má v textu manipulativní charakter, zároveň jde o typický bulvární prvek.

Pod článkem je umístěna galerie se 22 fotkami, z nichž většina představuje soukromé fotografie hlavního aktéra Kazmova videa, herce Karla Ondrky. V galerii najdeme typické bulvární popisky. K fotce hercovy ženy napsal redaktor popisek: „Karlova manželka je hezká žena.”

**Kazma zničil Prostřeno! Televizi Prima už diváci nyní neuvěří nic!**



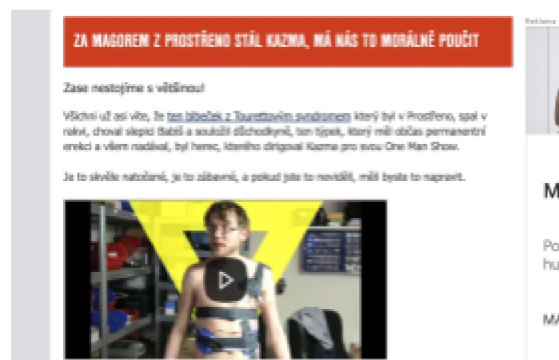
Obr. 7 Prostřeno\_2. screenshot, Zdroj: www.extra.cz

<sup>49</sup> ŠINDELÁŘ, Rudolf. *Kazma zničil Prostřeno! Televizi Prima už diváci nyní neuvěří nic!*. Extra.cz. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.extra.cz/kazma-znicil-prostreno-televizi-prima-uz-divaci-nyni-neuveri-nic/>. [cit. 2023-12-17].



### 6.3.2. Druhý článek

Článek „Za magorem z Prostřeno stál Kazma, má nás to morálně poučit“<sup>50</sup> publikoval portál JenProMuže.cz. U článku není zmíněno jméno autora ani datum publikace. Grafická podoba titulku naplňuje bulvární rysy popsané v teoretické části práce. Titulek je zasazený v pestrobarevném červeném rámečku, font je bílý. Obsahuje hodnotící prvek, který ukazuje nadhled, možná až opovržení autora vůči kauze („má nás to morálně poučit“).



Obr. 8 Prosfeno\_3, screenshot, Zdroj: www.expres.cz

Perex je běžně v médiích vytučněný a oproti zbytku textu výrazný. V tomto případě je však nenápadný, protože je psán neznatelně větším písmem a není vytučněný. Perex je nestandardní i svou délkou, tvoří ho pouze zvolání: „Zase nestojíme s většinou!“ Jak titulek, tak perex po obsahové stránce naplňují bulvární rysy, snaží se čtenáře nalákat na to, že ve článku autor odhalí nový, kontroverzní názor.

Do článku je vloženo video celého dílu One Man Show a fotkou nízké kvality, která byla zřejmě vystřižena přímo z videa.

V textu autor čtenáře manipuluje prostřednictvím invektiv a nálepek „šašárna“, „ten blbeček s Tourettovým syndromem“ či „když je někdo takhle dementně hraje“. Autor používá nespisovnou češtinu, článek je napsán tak, jako by redaktor příběh vyprávěl svému kamarádovi spíše než cizímu publiku. Důkazem je autorova poznámka: „Tohle bychom měli a teď si zanádváme.“ Věta v textu nemá žádnou informační hodnotu, jde o prvek ztraktivnění, rozptýlení čtenáře. Podobný účel ve článku plní věta: „Abyste to pochopili, nemáme nic proti nejapné legraci,“ která plní kvůli svému infantilnímu přístupu ke čtenáři manipulativní roli. Autor se čtenářem hovoří, jako by byl nechápavý.

Postoj autora, potažmo redakce, je ve článku silně viditelná. Redakci se ohrazuje proti způsobu, jakým Kazma poukazuje na Tourettův syndrom. Autor argumentuje tím, že se po

<sup>50</sup> Za magorem z Prostřeno stál Kazma, má nás to morálně poučit. Expres.cz. Online. Dostupné z: [https://www.expres.cz/jenpromuze/start/za-magorem-z-prostreno-stal-kazma-ma-nas-to-moralne-poucit.A170518\\_113437\\_jpm-start\\_jph1](https://www.expres.cz/jenpromuze/start/za-magorem-z-prostreno-stal-kazma-ma-nas-to-moralne-poucit.A170518_113437_jpm-start_jph1). [cit. 2023-12-17].

odvysílání pořadu ozvala řada lidí trpících syndromem a stěžovali si, že je Kazma ve videu zesměšňuje. Dopouští se však manipulace, protože nikoho z těchto lidí necituje, nedokládá žádný konkrétní zdroj, který by dokázal, že to je pravda.

Ve článku autor uvádí: „Pokud si tedy myslí (*Kazma, pozn. aut.*), že veřejnost upozorní na to, jak mají lidé s Tourettovým syndromem těžké životy, když jim jako reprezentanta této nemoci předhodí týpka, který spí v rakvi a souloží babičky, je to asi jako upozorňovat na těžké životy homosexuálů tím, že budete předvádět gaye na kamery, jak pouští gay porno malým dětem.” Tato metafora je dalším bulvárním prvkem, protože odkazování na sex je pro tento typ médií typické.

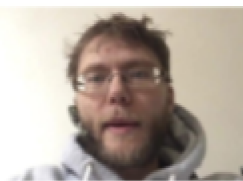
### 6.3.3. Třetí článek

Na portále Showbiz.cz vyšel článek „Podvod v Prostřenu? Prima ukázala totální ignoranci”<sup>51</sup> dne 19.5.2017. U textu není uveden autor. Titulek je psaný černým výrazným písmem, autor se snaží čtenáře manipulovat hodnotící větou „Prima ukázala totální ignoranci”.

#### Podvod v Prostřenu? Prima ukázala totální ignoraci

19.05.2017

Kauza s Janem Karlem Bartošem (JK) se zase prodává podvodem v pořadu Prostřeno, který ztroskotává. Na všem registru zaráží naprosto neprofesionální chování týmu, který tento pořad natáčí a následně realite Prima, která neryvně absolutně žádná sleduje...



Onli  
kon  
s dě  
léka

Zn.  
Bezpečí  
rychlé  
a spolehlivé

Obr. 9 Prostřeno\_4, screenshot, Zdroj: www.showbiz.cz

Perex je zvýrazněný tučným písmem a je hodnotící („na všem nejvíce zaráží naprosto neprofesionální chování týmu”). Také v těle textu je výrazně obsažený autorův postoj, přestože nevíme, kdo autorem je. Ve větě: „Kazmovi, kterému jeho hru na charitu nevěříme, se podařilo údajně nastrčit do pořadu Prostřeno hned dva figuranty (což je dost zvláštní),” používá redaktor množné číslo, aby zesílil svou důvěryhodnost před čtenářem. Použití množného čísla je bulvárním rysem, který má zároveň zmanipulovat na stranu redakce.

O Kazmovi se autor textu vyjadřuje neutrálně, televizi Prima ostře kritizuje za její přístup ke kauze. Píše, že štáb televize se během natáčení pořadu s Kazmou chovala jako „banda pubertálních dětí”. Redaktor uzavírá odstavec řečnickou otázkou „Toto má být profesionální tým?”.

<sup>51</sup>Podvod v Prostřenu? Prima ukázala totální ignoranci. Showbiz.cz. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.showbiz.cz/podvod-v-prostrenu-prima-ukazala-totalni-ignoraci/>. [cit. 2023-12-17].

Článek obsahuje zvýrazněná slovní spojení. Nelze však určit, podle jakého klíče je autor daná slova zvýraznil, protože spolu nemají moc společného. Tučným fontem označil například slova „Prima“, „od časů vyvolených“ nebo „hru na charitu“.

Článeková fotografie zobrazuje protagonistu dílu One Man Show Prostřeno! Karla Ondrku. Pod článkem je umístěný medailonek Kazmy včetně fotogalerie. Ve fotogalerii však nenajdeme fotky, které by se vztahovaly k pořadu, avšak neaktuální staré fotografie.

### 6.3.4. Srovnání analyzovaných článků - Prostřeno

Všichni tři autoři v analyzovaných článcích projevují své postoje, První a třetí bulvární text kritizuje televizi Prima, druhý Kazmu. Druhý článek z portálu JenProMuže.cz se odlišuje tím, že se jako jediný zamýšlí nad důsledkem Kazmova činu, a to, jaké světlo vrhá na lidi trpící Touretovým syndromem. Provádí to však bulvárním stylem, tedy za použití explicitního přirovnání.

Nejčastějším typem manipulace v této skupině článků byla práce s informacemi, které není možné ověřit, a jsou tedy pouze nástrojem, který autorům slouží k podložení jejich domněnek.

Ve všech článcích najdeme řadu emočně zabarvených slov a invektiv, textu na portále JenProMuže.cz však obsahuje nejvíce expresivní výrazy, například „blbeček“.

## 6.4. Miloš Zeman

### 6.4.1. První článek

Článek „Kazma rozzuřil fanoušky Zemana: Ubohost sama, klesl jsi na dno, spílají mu“<sup>52</sup> vyšel na portále eXpres.cz 9.9.2020. Pod textem je podepsaná autorka. Titulek po formální stránce odpovídá titulcům bulvárního média, je sice černý, avšak psaný výrazným, velkým fontem. Titulek obsahuje expresivní



Obr. 10 Zeman\_2, screenshot, Zdroj: www.extra.cz

<sup>52</sup> REIGLOVÁ, Eliška. *Kazma rozzuřil fanoušky Zemana: Ubohost sama, klesl jsi na dno, spílají mu*. Online. 2020. Dostupné z: <https://www.extra.cz/kazma-rozzuril-fanousky-zemana-ubohost-sama-klesl-jsi-na-dno>. [cit. 2023-12-18].

slovo „ubohost“, které však není osobním hodnocením redaktora.

Na článkové fotografii je koláž směřující se Kazmy a menší fotky Miloše Zemana s vážným výrazem. Ve fotogalerii, která obsahuje 14 fotografií, jsou převážně fotky moderátorova obličej s popisky, které neodpovídají obsahu fotografií. Například u fotky, na které je Kazmův obličej s krabičkou prezervativů, zvolila autorka popis „Kazma je známý jako všehoschopný muž, pár plánů se mu ale nepovedlo.“

Článek je pro lepší přehlednost je rozdělený dvěma mezititulky. První tři odstavce článku obsahují shrnutí Kazmových videí. Ohlasy rozzuřených fanoušků, o kterých redaktorka píše v titulku, se v textu opravdu nacházejí. Jsou to citace fanoušků Miloše Zemana, kteří Kazmu kritizovali na internetu. Autorka je zřejmě převzala z komentářů na sociálních sítích. Citace redaktorka umocňuje expresivními adjektivy („rozzuřená Božena“ či „naštvaná Jiřina“). Ve článku nejsou uvedena celá jména citovaných fanoušků, avšak pouze křestní jména. S používáním neúplných zdrojů se v bulváru setkáváme, v textu mají manipulativní charakter. Nelze totiž ověřit, zda si autorka fanoušky Miloše Zemana nevymyslela.

Kromě výše zmíněných citací v textu mnoho bulvárních znaků nenacházíme. Autorka využila pouze několik expresivních výrazů, nestaví se na ničí stranu, popisuje situaci nezájatě. Například: „Na sociální síti během pár chvil od zveřejnění videa propukla slovní válka mezi příznivci a odpůrci Zemana. Fanoušci ale jinak Kazmu především chválí za schopnost ukázat i to, co se nepovedlo.“

#### 6.4.2. Druhý článek

Článek „Seznam Zprávy zveřejnily video Zemana a stařenky v Číně. Je falešné, ohradil se Hrad“<sup>53</sup> vyšel 30. dubna 2019 na webu *Expres.cz*. Autor je pod ním podepsán. Titulek je černý, výrazný. Titulek nese téměř žádné bulvární rysy, protože o události

#### Seznam Zprávy zveřejnily video Zemana a stařenky v Číně. Je falešné, ohradil se Hrad



Obr. 11 Zeman\_3, screenshot, Zdroj: [www.expres.cz](http://www.expres.cz)

<sup>53</sup> HREJZEK, Ladislav. *Seznam Zprávy zveřejnily video Zemana a stařenky v Číně. Je falešné, ohradil se Hrad*. *Expres.cz*. Online. 2019. Dostupné z: [https://www.expres.cz/zpravy/seznam-zpravy-milos-zeman-video-cina-fake.A190430\\_125104\\_dx-zpravy\\_lare](https://www.expres.cz/zpravy/seznam-zpravy-milos-zeman-video-cina-fake.A190430_125104_dx-zpravy_lare). [cit. 2023-12-18].

informuje bez emočního zabarvení, popisuje ji bez expresivních slov, bez zvolání.

Článek vyšel na [Expres.cz](https://www.expres.cz) v době, kdy video s prezidentovým dvojníkem již kolovalo po internetu, avšak předtím, než se k němu přihlásil Kazma.

V tučném a velikostí odlišném perexu nenajdeme téměř žádné bulvární znaky, kromě použití vykřičníku v poslední větě: „Redakce výše uvedeného média ale o videu informuje, jako by v něm skutečně byl Miloš Zeman!”

Jednotlivé odstavce článku jsou proloženy fotografiemi a videi. Citace a klíčová slova jsou textu zvýrazněna tučným písmem, někdy i červeně, což hodnotíme jako bulvární prvek. Kromě toho v textu mnoho bulvárních znaků není. Autor pracuje s citací konkrétního zdroje, tehdejšího prezidentova mluvčího. Cituje také článek na webu Seznam Zprávy a přidává odkaz. Tyto dva prvky jsou běžnou praxí v seriózních médiích, v bulvárním článku samozřejmostí nejsou.

V následujícím odstavci však ozdrojovanou citaci střídá anonymní, redaktor [Expres.cz](https://www.expres.cz) ji označuje jako „našeho exkluzivního zdroje”. Používání tajných anonymních zdrojů je bulvárním a zároveň manipulativním rysem, protože čtenáři upírá možnost ověřit si jeho pravost.

### 6.4.3. Třetí článek

9. září 2020 byl na webu [Stars24.cz](https://www.stars24.cz) zveřejněn článek s titulkem „Miloš Zeman terčem mystifikátora? Tentokrát to Kazmovi nevyšlo!”<sup>54</sup> Pod článkem je podepsaný autor. Použití otázky a zároveň i zvolání má v titulku dramatizační funkci a zároveň je bulvárním znakem. Titulek je psaný černým výrazným fontem.



Obr. 12 Zeman\_4, screenshot, Zdroj: [www.stars24.cz](https://www.stars24.cz)

Článeková fotografie zobrazuje scénu z Kazmova videa, kde dvojník Miloše Zemana přistupuje k čínské stařence.

<sup>54</sup> KREJČÍ, Pavel. *Miloš Zeman terčem mystifikátora? Tentokrát to Kazmovi nevyšlo!*. Stars24.cz. Online. 2020. Dostupné z: <https://stars24.cz/aktualne-z-internetu/22630-milos-zeman-tercem-mystifikatora-tentokrat-to-kazmovi-nevyslo>. [cit. 2023-12-18].

Článek nese mnoho bulvárních rysů. Redaktor v prvním odstavci kauzu nastiňuje téma, ve druhém cituje Kazmův výrok, používá odkaz na zdroj, ze kterého citaci převzal. V textu se objevuje několik nespisovných výrazů („vystřelil si“) a hodnotících tvrzení, například když autor uznává, že Kazmovo „video působilo celkem věrohodně“. Za prvek manipulace můžeme označit, že autor situaci popisuje pouze z perspektivy za použití výroků z dílu One Man Show.

#### **6.4.4. Srovnání analyzovaných článků - Miloš Zeman**

V této trojici článků nacházíme pouze několik bulvárních znaků. Obsahují hodnotící a expresivní výrazy, několik anonymních zdrojů. Postoj autora a expresivita se projevují v titulcích. S přihlédnutím k tomu, že analyzujeme bulvární články, autoři o tématu falešného videa s dvojníkem Miloše Zemana informují vcelku seriózně. Druhý a třetí článek využívá ozdrojované citace i hypertextové odkazy na původní zdroje.

Důvodů, proč redaktori k tématu přistoupili seriózněji, než je v bulvárních médiích běžné, může být několik. V době, kdy Kazma video vytvořil, byl Miloš Zeman prezidentem. Je možné, že právě postava politika téma činí více vážným. Důvodem může být i to, že Kazmovo video s Milošem Zemanem nebylo veřejnost tak atraktivní a skandální, proto k němu bulvární média neměla vyostřený postoj.

#### **6.5. Shrnutí analýzy článků**

V devíti analyzovaných člancích nacházíme téměř všechny znaky bulváru, které jsou definovány v teoretické části práce. Bulvární a manipulativní znaky sledujeme u osmi titulků, všech osm obsahuje expresivní výrazy a hodnotící soudy autorů, případně zvolání. Jediný titulek, který nenaplnuje bulvární znaky, je následující: „Seznam Zprávy zveřejnily video Zemana a stařenky v Číně. Je falešné, ohradil se Hrad.“<sup>55</sup>

Nejvíce bulvárních a manipulativních prvků je obsaženo ve člancích, které se zabývají videi s Leošem Marešem a pořadem Prostřeno. Tato videa si získala velký ohlas veřejnosti, což mohlo mít vliv na to, jakým způsobem o nich bulvární média informovala. Autoři v prvních

---

<sup>55</sup> HREJZEK, Ladislav. *Seznam Zprávy zveřejnily video Zemana a stařenky v Číně. Je falešné, ohradil se Hrad.* *Expres.cz*. Online. 2019. Dostupné z: [https://www.expres.cz/zpravy/seznam-zpravy-milos-zeman-video-cina-fake.A190430\\_125104\\_dx-zpravy\\_lare](https://www.expres.cz/zpravy/seznam-zpravy-milos-zeman-video-cina-fake.A190430_125104_dx-zpravy_lare). [cit. 2023-12-18].

dvou kategoriích čtenářům nutí svůj postoj, manipulují nálepkováním, polarizací na „dobro“ a „zlo“, stíráním rozdílu mezi fakty a jejich osobním komentářem.

Typickým bulvárním a manipulativním rysem, který byl přítomen ve většině sledovaných článků, je používání anonymních, neověřených zdrojů, využívání pochybných autorit. Autoři často používají věty, ve kterých se odkazují k domnělému názoru většiny (například „všichni už víte“, „všichni si myslí“), aniž by tyto názory měli jakkoliv podložené.

Za frekventovaný způsob manipulace můžeme označit také používání expresivních výrazů a komentářů, které mají za cíl působit na emoce čtenářů. Tento bulvární prvek byl použit ve všech analyzovaných člancích, v nejvyšší míře však v textech věnujících se Leoši Marešovi a pořadu Prostřeno.

Články, které se vyjadřují k videu s Milošem Zemanem, obsahují méně bulvárních i manipulativních znaků. V titulcích i textech se objevují expresivní a hodnotící výrazy, avšak ne v takové míře jako v předchozích dvou analyzovaných skupinách.

Společným prvkem všech textů jsou nekvalitní fotografie. Na základě toho můžeme soudit, že pro bulvární redakce je důležitější použít snímek, který bude ve špatném rozlišení, avšak aktuální, než například ilustrační fotografii z fotobanky v dobré kvalitě.

## Závěr

V teoretické části práce jsme definovali bulvár a jeho znaky, vymezili pojem manipulace, popsali manipulativní techniky, přiblížili jsme Kazmu a jeho pořad One Man Show. Z teoretické části bylo vycházeno při analýze, jejíž hlavními cíli bylo popsat manipulativní techniky, které Kazma ve vybraných videích využívá, a analyzovat devět článků, které na jeho videa reagovaly.

Analýza Kazmovy tvorby ukázala, že ve svých videích v největší míře manipuluje prostřednictvím vyprávění. Zamlčuje nepohodlná fakta a každých několik minut vyvrací svá předchozí tvrzení. Hraje si tím s pozorností diváka a napětím. Frekventovaným prvkem v analyzovaných videích je manipulace s emocemi diváka, která se projevuje především častým používáním zveličelých frází, a také výběrem hudby, která podporuje aktuální náladu. Častým typem manipulace je užívání tvrzení, jejichž pravost nelze doložit. Nejvíce manipulativních prvků obsahuje díl s Leošem Marešem, konkrétně jeho závěrečná část, kde Kazma představuje svůj charitativní projekt 1/10. Aby moderátor diváka přesvědčil o svém záměru, manipuluje nejen výše zmíněnými taktikami, avšak i metodou překrytí, snaží se ho zahltit dojmy a potlačit tak jeho kritické smýšlení. Pracuje také manipulativním způsobem s využitím autorit a celebrit, které mají jeho aktivitám dodat na věrohodnosti.

Analýza devíti videí přinesla poznatky o tom, jakým způsobem bulvární média na jednotlivé kauzy nahlížela. Manipulativní charakter měly především články, které reagovaly na videa s Leošem Marešem a pořad Prostřeno. Články o Leoši Marešovi obsahovaly nejvyšší míru kritiky vůči Kazmovi, zatímco v případě článků reagujících na Prostřeno se autoři přikláněli spíše ke Kazmovi. Obě tyto skupiny článků obsahovaly velké množství bulvárních znaků, jako jsou expresivní a hodnotící výrazy, vnucování postoje autora, polarizace, práce s anonymními zdroji a informacemi, které nelze ověřit. Články reagující na video s Milošem Zemanem obsahovaly méně manipulativních a bulvárních prvků. Může to být způsobeno tím, že kauza s Milošem Zemanem byla méně skandální a tudíž bulvární média neměla zapotřebí působit v takové míře na čtenářovy emoce.

Analyzovat jak Kazmova videa, tak články, které na ně reagují, se ukázalo jako přínosné. Přestože Kazma tvrdí, že ho bulvární média nemají v lásce, není tomu tak. Kazma je bulvární postavou, a analýzy v této práci ukázaly, že mají řadu prvků společných. Orientace



na skandály, šokující informace, využívání pestrých barev v grafice nebo manipulace za účelem získání pozornosti jsou prvky, které nacházíme jak v Kazmově tvorbě, tak v bulvárních člancích.

Kazma dodnes pokračuje v aktivitách, které jsou založeny na manipulaci a klamu. Daří se mu udržet si fanouškovskou základnu, kterou každý jeho nový počin nadchne. Zároveň však přetrvávají hlasy, které Kazmu za jeho kontroverzní tvorbu kritizují. Je jisté, že o něm v budoucnu ještě uslyšíme.

## **Summary**

In the theoretical part of the thesis, we defined tabloid and its characteristics, specified the concept of manipulation, described manipulative techniques, and introduced Kazma and his show. The theoretical framework served as the basis for the analysis, which aimed to describe the manipulative techniques employed by Kazma in selected videos and analyze nine articles reacting to his videos.

The analysis of Kazma's work revealed that predominant means of manipulation in his videos is in storytelling. He selectively omits inconvenient facts and contradicts his previous statements every few minutes, playing with the viewer's attention and suspense. Emotional manipulation of the audience is a recurring element in the analyzed videos, manifested through the frequent use of exaggerated phrases and the selection of music that fits with the current mood. Another common form of manipulation is the use of unverifiable claims. The episode featuring Leoš Mareš contains the highest concentration of manipulative elements, particularly in its concluding part where Kazma introduces his charitable project 1/10. In an effort to persuade the audience, he uses tactics called overlay method, attempting to overwhelm viewers with impressions and suppress their critical thinking. Additionally, Kazma manipulates through the use of authorities and celebrities to add credibility to his activities.

The analysis of nine videos provided insights into how tabloid media viewed individual cases. Articles reacting to videos with Leoš Mareš and the show Prostřeno showed many manipulative signs, with those about Leoš Mareš containing the highest level of criticism towards Kazma. In contrast, articles responding to Prostřeno tended to favor Kazma. Both groups of articles contained numerous tabloid features, such as expressive and evaluative expressions, imposition of the author's point of view, polarization, reliance on anonymous sources, and unverifiable information. Articles reacting to the video with Miloš Zeman displayed fewer manipulative and tabloid elements, possibly because the case with Miloš Zeman was less scandalous, and tabloid media did not feel the need to evoke such a strong emotional response in readers.

Analyzing both Kazma's videos and the articles reacting to them proved to be beneficial. Despite Kazma's claim that tabloid media dislikes him, the analyses in this work revealed common elements. Orientation towards scandals, shocking information, the use of vibrant colors in graphics, or manipulation for attention are features found in both Kazma's creations and tabloid articles.

Kazma continues to engage in activities based on manipulation and deception. He manages to maintain a fan base that eagerly welcomes each of his new endeavors. However, criticisms of Kazma persist for his controversial content. It is certain that we will hear more about him in the future.

# Zdroje

## Literatura

ALBRECHTOVÁ, Eva. *Virální video jako nástroj posilující znalost značky*. Zlín, 2018. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDr. Milan Banyar, Ph.D.

ADAMEC, Martin. *Leoš Mareš – fenomén českého moderátorství*. Praha, 2018. 384 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Mgr. Petr Bednařík, Ph.D.

DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1997. 292 s. ISBN 80-200-0617-6.

GREGOR, Miloš a MLEJNKOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. 2. vydání. Brno: CPress, 2018. 142 stran. ISBN 978-80-264-2249-5.

HOWIECKI, Maciej a Petr ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. Univerzita Jana Amose Komenského, Praha 2008. 120 s. ISBN 978-80-86723-50-1.

FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 215 s. ISBN 978-80-247-3926-7.

LINCÉNYI, Marcel. *Manipulácia a objektivita v masmédiách*. Brno: Tribun EU, 2013. 146 s. Librix.eu. ISBN 978-80-263-0534-7.

OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan. In: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1999, Libri. 256 s. ISBN 80-85983-76-1.

OSVALDOVÁ, Barbora, ed. a KOPÁČ, Radim, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Vydání první. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016. 142 s. ISBN 978-80-246-3229-2.

REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. Leda, Voznice 2012, 752 s. ISBN 978-80-7335-296-7.

SCOTT, David Meerman, 2007. *Nová pravidla marketingu a PR*, 1. vyd. Brno: Zoner Press, 272 s. ISBN 978-80-86815-93-0.

SHATURA, A. A. *Titulky v psané publicistice*. In *Naše řeč*, 1999, roč. 82, č. 2, s. 79-86.

VERNER, Pavel. *Propaganda a manipulace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. 192 s. ISBN 978-80-7452-015-0.

WRÓBEL, Alina. *Výchova a manipulace*. Grada, Praha 2008, 199 s. ISBN 978-80-247-2337-2.

ZÁHORSKÁ, Lena. *Reality show v umění*. Brno, 2019. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce prof. ak. soch. Tomáš Ruller.

ZDEŇKOVÁ, Alžběta. *Nezdvořilost a verbální agrese v prostředí mediální a on-line komunikace. Útoky na tvář v gastronomické reality show Prostřeno!*. Olomouc, 2020. diplomová práce (Mgr.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta.

## Internetové zdroje

HREJZEK, Ladislav. *Seznam Zprávy zveřejnily video Zemana a stařenky v Číně. Je falešné, ohradil se Hrad*. *Expres.cz*. Online. 2019. Dostupné z: [https://www.expres.cz/zpravy/seznam-zpravy-milos-zeman-video-cina-fake.A190430\\_125104\\_dx-zpravy\\_lare](https://www.expres.cz/zpravy/seznam-zpravy-milos-zeman-video-cina-fake.A190430_125104_dx-zpravy_lare). [cit. 2023-12-18].

HVÍŽĎALA, Karel. *MÉDIA: Bulvár, to není nadávka*. *Neviditelný pes.lidovky.cz*. Online. 2007. Dostupné z: [https://neviditelnypes.lidovky.cz/spolecnost/media-bulvar-to-neni-nadavka.A071031\\_205744\\_p\\_spolecnost\\_wag/tisk](https://neviditelnypes.lidovky.cz/spolecnost/media-bulvar-to-neni-nadavka.A071031_205744_p_spolecnost_wag/tisk). [cit. 2023-12-14].

*Kazma v Prostřeno! odhalil největší televizní skandál v Česku*. *Stream.cz*. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-nejvetsiho-televizniho-skandalu-v-cesku-180407>. [cit. 2023-12-30].

*Kazma vs. Leoš Mareš. Odhalení skandálu prohrané sázky o Ferrari za 8 milionů*. *Stream.cz*. Online. 2018. Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/odhaleni-skandalu-prohrane-sazky-o-ferrari-za-8-000-000-kc-180552>. [cit. 2023-12-18].

*Leoši, buď chlap a dej Kazmovi ty klíče. Ferrari 488 Spider by mělo změnit majitele*. *Extra.cz*. Online. Dostupné z: <https://www.extra.cz/leosi-bud-chlap-a-dej-kazmovi-ty-klice-ferrari-488-spider-by-melo-zmenit-majitele>. [cit. 17.11.2021].

*Miloš Zeman*. *Hrad.cz* Online.. Dostupné z: <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/prezidenti-v-minulosti/milos-zeman>. [cit. 2023-12-30].

*Prezident Miloš Zeman se stal obětí dlouho utajované mystifikace!* *Stream.cz*. Online. 2020 Dostupné z: <https://www.stream.cz/onemanshow/prezident-milos-zeman-se-stal-obeti-dlouho-utajovane-mystifikace-64093182>. [cit. 2023-12-30].

*Návod pro Leoše Mareše: Víme, jak Kazmovi zařadit trestní stíhání a VYSOUDIT STATISÍCE!*. *Extra.cz*. Online. 2018. Dostupné z: <https://www.extra.cz/navod-pro-leose-marese-vime-jak-kazmovi-zaridit-trestni-stihani-a-vysoudit-statise>. [cit. 2023-12-16].

NOAM CHOMSKY - TOP 10 MEDIA MANIPULATION STRATEGIES. *TheInternetCoalition.com*. Online. 2010. Dostupné z: [http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation\\_08.html](http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html). [cit. 2023-12-30].

*Podvod v Prostřenu? Prima ukázala totální ignoranci*. *Showbiz.cz*. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.showbiz.cz/podvod-v-prostrenu-prima-ukazala-totalni-ignoraci/>. [cit. 2023-12-17].

*Přehled výsledků výzkumu MEDIA PROJEKT*. Online. Unie vydavatelů. Roč. 2023, s. 2-3. Dostupné z: [https://www.median.eu/cs/?page\\_id=37](https://www.median.eu/cs/?page_id=37). [cit. 2023-12-13].

*ŠINDELÁŘ, Rudolf. Kazma zničil Prostřeno! Televizi Prima už diváci nyní neuvěří nic!*. *Extra.cz*. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.extra.cz/kazma-znicil-prostreno-televizi-prima-uz-divaci-nyni-neuveri-nic>. [cit. 2023-12-17].

*Za magorem z Prostřeno stál Kazma, má nás to morálně poučit*. *Expres.cz*. Online. Dostupné z: [https://www.expres.cz/jenpromuze/start/za-magorem-z-prostreno-stal-kazma-ma-nas-to-moralne-poucit.A170518\\_113437\\_jpm-start\\_jph1](https://www.expres.cz/jenpromuze/start/za-magorem-z-prostreno-stal-kazma-ma-nas-to-moralne-poucit.A170518_113437_jpm-start_jph1). [cit. 2023-12-17].


## **Seznam obrázků:**



- Obr. 1 Mareš\_1, screenshot videa, Zdroj: [www.stream.cz](http://www.stream.cz)
- Obr. 2 Prostřeno\_1, screenshot videa, Zdroj: [www.stream.cz](http://www.stream.cz)
- Obr. 3 Zeman\_1, screenshot videa, Zdroj: [www.stream.cz](http://www.stream.cz)
- Obr. 4 Mareš\_2, screenshot, Zdroj: [www.extra.cz](http://www.extra.cz)
- Obr. 5 Mareš\_3, screenshot, Zdroj: [www.extra.cz](http://www.extra.cz)
- Obr. 6 Mareš\_4, screenshot, Zdroj: [www.expres.cz](http://www.expres.cz)
- Obr. 7 Prostřeno\_2, screenshot, Zdroj: [www.extra.cz](http://www.extra.cz)
- Obr. 8 Prostřeno\_3, screenshot, Zdroj: [www.expres.cz](http://www.expres.cz)
- Obr. 9 Prostřeno\_4, screenshot, Zdroj: [www.showbiz.cz](http://www.showbiz.cz)
- Obr. 10 Zeman\_2, screenshot, Zdroj: [www.extra.cz](http://www.extra.cz)
- Obr. 11 Zeman\_3, screenshot, Zdroj: [www.expres.cz](http://www.expres.cz)
- Obr. 12 Zeman\_4, screenshot, Zdroj: [www.stars24.cz](http://www.stars24.cz)

SCHVÁLENO

26.1.21 MJT

<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce</b>											
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>											
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Klára Fořtová	<b>Razítko podatelny:</b> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td colspan="2">Univerzita Karlova</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td>- 8 -01- 2021 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td>Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přidělena:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova		Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	- 8 -01- 2021 -1-	Čj:	Příloh:	Přidělena:	
Univerzita Karlova											
Fakulta sociálních věd											
Došlo dne:		- 8 -01- 2021 -1-									
Čj:	Příloh:										
Přidělena:											
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2017											
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> klarkafortova@gmail.com											
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Mediální studia / kombinovaná											
<b>Název práce v češtině:</b> Typologie manipulativních situací v tvorbě Kazmy											
<b>Název práce v angličtině:</b> Typology of manipulative situations in the work of Kazma											
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezi) LS 2020/2021											
<b>Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce</b> (max. 1000 znaků): Kamil Bartošek alias Kazma založil svou kariéru na klamu a manipulaci. Tato bakalářská práce si klade za cíl zmapovat typologii manipulativních situací, které se v jeho videích objevují, a technik, které v nich využívá. Teoretická část práce vymezí pojem manipulace, popíše Kazmu a jeho dosavadní kariéru. Výzkumná část se zaměřuje na charakteristiku manipulativních situací, které se objevují napříč autorovo tvorbou. Manipulativní situace a techniky budou podrobněji rozebrány při analýze tří vybraných videí. Další kapitola výzkumné části se zaměří na analýzu tří článků, které v médiích reagovaly na Kazmovy počiny.											
<b>Předpokládaná struktura práce</b> (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod 1. Teoretická část 1.1 Kdo je Kazma 1.2 Manipulace – definice, popis 2. Výzkumná část 2.1 Metodologie 2.2 Analýza 2.2.1 Typologie situací – popis manipulativních technik a situací charakteristických pro jeho tvorbu 2.2.2 Analýza tří vybraných videí – rozbor tří autorových videí 2.2.3 Analýza tří článků – reflexe tří článků, které reagovaly na Kazmovy počiny Závěr											
<b>Vymezení zpracovávaného materiálu</b> (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy): videa Kazmy publikovaná na portále Televize Seznam											
<b>Postup (technika) při zpracování materiálu:</b> narativní analýza											
<b>Základní literatura</b> (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků): 1. BERGH, Joeri van den a BEHRER, Mattias. <i>Jak cool značky zůstávají hot: marketing zaměřený na mladou "generaci Y"</i> . 1. vyd. Brno: BizBooks, 2012. 248 s. ISBN 978-80-265-0002-5. (Kniha se věnuje marketingu cílenému na internetovou generaci, lidi narozené mezi lety 1982–1993. Poukazuje na preference této věkové skupiny, a radí, jak upoutat její pozornost. Svá tvrzení autoři dokládají průzkumy a případovými studii.)											

<p>2. GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. <i>Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!</i>. 1. vyd. Brno: CPRESS, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4. (Nejlepší knihu o fake news, dezinformacích a manipulacích!!! zastřešují pojmy „politika“, „médiá“ a „sociální sítě“. Věnuje se fakenews, dezinformacím či alternativním faktům, definuje je, a zabývá se tím, odkud tento fenomén pochází. Popisuje, kdo fakenews vypouští, z jakých pohnutek, a jak se jim ubránit.)</p> <p>3. CHATMAN, Seymour Benjamin. <i>Příběh a diskurs: narativní struktura v literatuře a filmu</i>. Vyd. 1. Brno: Host, 2008. 328 s. Teoretická knihovna; 21. ISBN 978-80-7294-260-2. (Kniha mapuje a rozvíjí dosavadní produkci francouzského literárněvědného strukturalismu. V centru autorovy pozornosti zůstává literatura, klade si však za cíl přijít s teorií fikčního narativu, která bude platná napříč médii. Pro Chatmana je zásadní vztah příběhu a narativu, jejichž interakce spolu utváří význam díla.)</p> <p>4. SCOTT, David Meerman. <i>Nová pravidla marketingu a PR: naučte se využívat vydávání zpráv, blogy, podcasty, virální marketing a online média pro přímé oslovení zákazníků</i>. Brno: Zoner Press, 2008. Encyklopedie Zoner Press. ISBN 978-80-86815-93-0. (Autor v knize ukazuje možnosti, které internet nabízí velkým i malým společnostem na poli marketingu a PR. Ukazuje, jak využít sdílení videí, zvukových nahrávek i dalších obsahů k oslovení potenciálních zájemců a příznivců, či blogů Předkládá výhody, které nový přístup k reklamě nabízí.)</p> <p>5. THOMPSON, Derek. <i>Hitmakeři: tajemství popularity v éře rozptylování</i>. Překlad Filip Drlík. Vydání první. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2017. 343 stran. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-026-2. (Kniha přináší poznatky o fungování populárních hitů. Tyto poznatky jsou podloženy řadou výzkumů. Věnuje se historii a podstatě virálních videí a klipů, definuje, jak a kým jsou vytvářeny, analyzuje jejich společné prvky. Thompson v knize také odkrývá psychologii a původ vkusu.)</p>
<p><b>Diplomové práce k tématu</b> (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)</p> <p>1. ALBRECHTOVÁ, Eva. <i>Virální video jako nástroj posilující znalost značky</i>. Zlín, 2018. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDr. Milan Banyar, Ph.D.</p> <p>2. ZÁHORSKÁ, Lena. <i>Reality show v umění</i>. Brno, 2019. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce prof. ak. soch. Tomáš Ruller</p>
<p><b>Datum / Podpis studenta/ky</b></p> <p>8.1. 2021 </p>

<p><b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</b></p> <p><b>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:</b></p> <p><b>Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:</b></p> <p><b>Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.</b></p> <p><b>Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.</b></p> <p>8.1. 2021  </p> <p><b>Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga</b> <b>Datum / Podpis pedagožky/pedagoga</b></p>
--

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNĚ, PODEPSANĚ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNĚ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.**