

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Markéta Vozková**

**Argumentace v medializaci komentátorských  
pořadů a teorie řečových aktů Johna Searla**

*Diplomová práce*

Praha 2012

Autor práce: **Markéta Vozková**

Vedoucí práce: **PhDr. Otakar Šoltys, Csc.**

Rok obhajoby: **2012**

## **Bibliografický záznam**

VOZKOVÁ, Markéta. *Argumentace v medializaci komentátorských pořadů a teorie řečových aktů Johna Searla*. Praha, 2012. 54 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

## **Abstrakt**

Vzhledem k tomu, že veřejnoprávní televize se podílí na veřejném a politickém životě naší společnosti, domníváme se, že je nutné studovat argumentační kompetence moderátorů a především jejich roli při stimulaci veřejného mínění. Předmětem naší analýzy byla mluvená publicistika jako svébytná forma medializovaného diskursu. Zabývali jsme se moderátorskou rolí, socioprofesionálními aspekty tohoto povolání, s důrazem na studium verbálních projevů a konkrétních řečových aktů, které jsou užívány v moderátorském diskursu.

Cílem studia komunikačních strategií moderátora veřejnoprávní televize bylo zaměřit se na jazykové schopnosti, kompetence a vybavenost moderátorů z hlediska hájení veřejného zájmu – vycházíme ze zákona o České televizi a Kodexu ČT. Zaměřili jsme se na konkrétní techniky a strategie moderátorského diskursu. Zkoumali jsme, jak moderátor dociluje navození jistoty, spolupráce a srozumitelnosti v komunikaci, stejně tak, jakým způsobem dociluje minimalizace manipulativní, či persvazivní komunikace.

Moderátor by měl především zabraňovat jakýmkoli projevům manipulativní a persvazivní rétoriky, kterou by měl být schopen rozpoznat. K tomu mu slouží celý systém jazyka a všechny typy řečových aktů.

## **Abstract**

Given that public television is involved in the public and political life of our society, we believe that it should be necessary to study the debating skills of moderators and especially their role in stimulating public discussion. We explored the role of the moderator, socio-professional aspects of the profession, with emphasis on the study of verbal expression and specific speech acts, which are used in specific discourse.

The aim of the study of the public television moderator's communication strategies is to focus on language skills, competences and facilities in terms of moderators defending the public interest - start from the Act on Czech Television and Czech Television Codex. We focused on specific techniques and strategies of the moderator's discourse. We investigated how the induction of the host achieves cooperation and clarity in communication, as well as how the moderator achieves a minimum of manipulative or persuasive communication.

Moderators should in particular avoid any signs of manipulative or persuasive rhetoric, and they should be able to recognise this. For this they may use the entire system of the language and all types of speech acts.

## **Klíčová slova**

**Moderátor, argumentace, publicistika, diskurs, komunikační strategie, řečový akt, John Searle.**

## **Keywords**

**Moderator, argumentation, journalism, discourse, communication strategy, speech act, John Searle.**

**Rozsah práce: 117 297 znaků**

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 18. 5. 2012

Markéta Vozková

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**

**Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

**Vozková Markéta**

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

**2010**

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

**marketa.vozkova@seznam.cz**

**Studijní obor/typ studia:**

**Žurnalistika**

**Předpokládaný název práce v češtině:**

**Argumentace v medializaci diskusních pořadů a teorie řečových aktů Johna Searla**

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

**Reasoning in medialisatation of discuss programmes and J. Searle´s Theory of Speech Acts**

**Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012)**

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012):

**LS 2011/12**

**Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):**

Komentátorský pořad má podobu pevně strukturovaného skupinového rozhovoru, který je řízený moderátorem. Moderátor je aktivním prostředníkem mezi účastníky diskuse. U moderátora je oceňována vysoká úroveň projevu, schopnost zasahovat přímo do debaty, důvtip, umění improvizace a charisma. Moderátor dokáže společensky přijatelným způsobem okamžitě vyřešit jakoukoliv neočekávanou událost, která může nastat. Musí obstát jako zástupce instituce veřejnoprávního média, jako společensky přijatelný vedoucí diskuse a jako člověk odborně poučený v řadě oborů, protože tematika každodenního pořadu je velmi pestrá. Žádoucí, ale vždy problematická je jeho nestrannost, zejména v kontroverzních tématech. Témata vyplývají z aktuálního dění, některá se cyklicky opakují. Do diskuse jsou zváni vždy odborníci na dané téma. Ve snaze o objektivitu, nestrannost a spravedlnost bývají k diskusi zváni zástupci rozdílných názorů, názorových proudů, politických stran, atd.

Je řada hledisek, která se nabízejí pro zkoumání pořadů tohoto publicistického žánru. V diplomové práci se zaměřím na úlohu moderátora ve specifickém komunikačním dění tohoto diskurzu. Způsob vedení pořadu, řečové chování a neverbální projevy moderátora budou předmětem analýzy. Zvolená metoda je pragmatická analýza diskursu. Analyzovány budou přepisy rozhovorů a videozáznamy pořadu „Události, Komentáře“.

Cílem práce je prostřednictvím kritické analýzy diskursu korektně popsat komunikační strategie (intencionalitu, konvencionalitu výpovědi) moderátorů. Dále bude systematicky zkoumán vztah mezi ilokučním aktem, intencí mluvčího a porozuměním ze strany posluchače. Logickým postupem generalizace přistoupím k hledání souvislostí mezi zaznamenanými jevy a s využitím dosavadních poznatků analytické filosofie jazyka Johna Searla se pokusím charakterizovat specifický mediální diskurs z hlediska agresivity. Výzkum bude hledat prvky manipulace a charakterizovat moderátorskou pozici z hlediska pragmatiky a řečových aktů.

**Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):**

Metodou pragmatické konverzační analýzy transkriptů a videozáznamů diskusního pořadu České televize „Události, Komentáře“ vymezím principy argumentace (persuase, agresivita) moderátorů s ohledem na záměr moderátora a svobodu rozhodování či prospěch adresáta. V diplomové práci budu využívat poznatků analytické filosofie Johna Searla (teorie řečových aktů) a pokusím se demonstrovat, jaké komunikační strategie a jazykové i suprasegmentální prostředky moderátor volí.

Každý z moderátorů si vytváří svůj individuální moderátorský styl. Vedle rysů obecných, daných vnějšími podmínkami vysílání a cílem pořadu, které jsou všem moderátorským projevům společné, vnášejí moderátoři do dialogů svou individualitu. Lze uvažovat o stereotypech jednání v organizačních pasážích pořadu i v diskusních partiích. Jedním z nejčastějších stereotypů je stavba otázky a způsob jejího položení.

Pragmatická analýza umožňuje studovat řečové jednání ve specifickém prostředí. Cílem práce je analýza konkrétního typu komunikace, která je medializována a působí na veřejnost. Z hlediska řečových aktů bude popsána pragmatika jednání moderátora a práce poskytne sondu do tvůrčího typu rétorické aktivity v českém jazykovém prostředí.

V práci se pokusím odpovědět na otázku, zda může být komentátorský pořad prostředkem či objektem manipulace veřejného mínění a jakou úlohu v případné manipulaci hraje moderátor. Komunikace dialogických diskusních televizních pořadů dává příležitost studovat i další rysy současného českého jazykového vyjadřování.

**Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):**

## **1) Teoretická část**

### **1.1 teorie řečových aktů Johna Searla**

### **1.2 komentátorský pořad Události, Komentáře – svérázný publicistický žánr**

### **1.3 role moderátora v televizní produkci**

### **1.4 pragmatika a rétorika argumentace**

### **1.5 medializace**

## **2) Praktická část**

### **2.1 Metodologie projektu – výzkumné otázky, technika sběru dat, výzkumný vzorek**



## 2.2 Pragmatická analýza transkriptů a videozáznamů

### 2.3 Závěry analýzy – odpovědi na výzkumné otázky, generalizace

#### 3) Závěr, přílohy

Vymezení podkladového materiálu (např. tituly a období, za které budou analyzovány):

Transkripty a videozáznamy z pořadu Události, Komentáře. (Září 2011 – Březen 2012)

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Pragmatická analýza mediálního diskursu – nástroje pragmatiky (Searle) a kritické lingvistiky; logický postup – generalizace a syntéza kódů

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

**AUSTIN, J. L. 2000** (1962). *Jak udělat něco se slovy*. Praha: Filosofia - Obsahem přednášek je úvaha o tom, v jakém smyslu lze říci, že vyřčením nějakých slov nějak jednáme. Cílem takové úvahy měla být příprava na zformulování jakési obecné teorie lidského jednání, v níž by důležité místo zaujímala právě teorie jednání verbálního.

**LEVINSON, Stephen C.** (2005). „*Pragmatics: Linguistic*” in: INTERNATIONAL ENCYCLOPEDIA OF THE SOCIAL & BEHAVIORAL SCIENCES dostupné na <http://webak.upce.cz/~brezina/ULIAN/ulian.htm>

**KOŤÁTKO, P.** (1998): *Význam a komunikace*. Praha: Filosofia - Přední český filozof Petr Koťátko shrnuje ve své knize *Význam a komunikace* výsledky svých mnohaletých systematických úvah o podstatě jazykové komunikace a o povaze principů, které stojí v pozadí determinace významu jazykového projevu.

**SEARLE, John** (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: CU – Searle rozpracoval Austinovu teorii ve vlastní teorii řečových aktů a prozkoumal přitom systematicky především vztah mezi ilokučním aktem, intencí mluvčího a porozuměním ze strany posluchače, které Austin zanedbal.

**Lepore, Van Gulick** (1992): *John Searle and his Critics*. John Wiley And Sons Ltd, UK. – Kniha se zabývá rozбором dvou základních textů Johna Searla – „*Speech Acts*“ a „*Intencionalita*“. Kriticky shrnuje význam jeho díla na poli filosofie jazyka a reflektuje příspěvek k chápání problému reference a intencionality.

**Diplomové a disertační práce k tématu** (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)

Bacovský, Václav

*Média a politika: politická komunikace ve věku medializace*

Galanová, Miroslava

*Politické diskusní pořady v televizi: vliv témat na výběr účastníků*

Bláhová, Iva

*Způsoby argumentace v diskusních pořadech*

Vostalová, Lucie

*Argumentace v politických debatách (a její variace v závislosti na proměnách*

*komunikační situace)*

**Zejdová, Zuzana**

***Vliv mediálních rutin v procesu zakódování mediálního sdělení***

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**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 UK FSV vykonávám.**

**Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.**

.....

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

## Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>2</b>
<b>I. TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>3</b>
<b>1. MLUVENÁ PUBLICISTIKA JAKO FORMA MEDIALIZOVANÉHO DISKURSU V MASOVÉ KOMUNIKACI</b> .....	<b>5</b>
1.1 <i>Teorie komunikace – projev moderátora jako proces kódování</i> .....	5
1.2 <i>Televize – audiovizuální masové médium</i> .....	7
1.3 <i>Funkční styl publicistický</i> .....	9
1.4 <i>Publicistika optikou mediálních studií</i> .....	10
1.4.1 <i>Publicistický pořad Události, komentáře</i> .....	12
1.4.2 <i>Zpravodajské hodnoty</i> .....	15
1.5 <i>Sociální funkce dialogu v demokracii</i> .....	19
1.6 <i>Účinky žurnalistiky</i> .....	20
<b>2. TEORIE ŘEČOVÝCH AKTŮ JOHNA SEARLA</b> .....	<b>21</b>
2.1 <i>Hlavní druhy řečových aktů podle Johna Searla</i> .....	24
2.2 <i>Řečový akt</i> .....	26
<b>II. PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>29</b>
<b>3. ANALÝZA ROLE MODERÁTORA VE VEŘEJNOPRÁVNÍM MÉDIU – STRATEGIE ARGUMENTACE PŘI VEDENÍ POŘADU</b> .....	<b>29</b>
3.1 <i>Rétorika, řečová kultura a umění argumentace v roli moderátora</i> .....	32
3.2 <i>Argumentační styl moderátora – eristická dialektika, manipulace, persvaze</i> .....	33
3.3 <i>Vedení diskuse v televizním vysílání – institucionalizovaná verbální agresivita</i> ....	36
3.3.1 <i>Stereotypy jednání moderátorů s důrazem na jazykové vyjadřování</i> .....	37
3.4 <i>Neverbální kódy užitá při živém vysílání</i> .....	43
3.5 <i>Další verbální sdělení užitá při vysílání</i> .....	44
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>45</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>50</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	<b>51</b>

## ÚVOD

Cílem předkládané diplomové práce je zkoumat jazykový projev moderátorů televizních komentátorských pořadů ve vybraných relacích<sup>1</sup> pořadu České televize – „*Události, komentáře*“. S oporou poznatků lingvistiky, sémiotiky a filosofie jazyka budeme analyzovat komunikační strategie moderátora publicistického pořadu České televize – veřejnoprávního média. Zaměříme se především na roli moderátora: způsob usměrňování a řízení diskuse ve specifickém komunikačním dění tohoto typu mediálního diskursu. S využitím poznatků teorie řečových aktů Johna Searla se pokusíme charakterizovat specifika a rysy jazykového projevu moderátorů pořadu *Události, komentáře* - především z hlediska argumentačního stylu, agresivity (zaměříme se na vybrané prostředky persvaze). Budeme systematicky zkoumat vztah mezi ilokučním aktem, intencí mluvčího (moderátora) a porozuměním ze strany posluchače (respondenta ve studiu) a recipienta mediálních obsahů (diváka u televizní obrazovky, uživatele internetu). Logickým postupem generalizace přistoupíme k hledání souvislostí mezi zaznamenanými jevy. Metodou případových studií se pokusíme kriticky reflektovat moderátorovu úlohu a rétorické možnosti v medializaci dialogu komentátorského pořadu veřejnoprávní televize v České republice - optikou pragmatiky jazyka a s využitím typologie řečových aktů. Předmětem analýzy bude způsob vedení pořadu prostřednictvím verbální komunikace – volba a diversifikace řečových aktů podle typologie Johna Searla, řečové chování a jazykové stereotypy moderátora pořadu, které jsou využity s cílem transparentní a efektivní komunikace. Na příkladu hlavní analyticko-publicistické relace České televize s bohatou časovou dotací (1 hodina) se pokusíme ukázat, jakým způsobem pracují moderátoři tohoto typu diskusních pořadů a jaké ve své práci využívají techniky promluv – (1) k divákovi, (2) při rozhovorech a při (3) duelech dvou a více rozdílných zástupců názorově nesourodých skupin společnosti. Pokusíme se provést studii a vyhodnocení změn ve formě i obsahu daného pořadu, které je možné sledovat od nástupu nového generálního ředitele České televize – kdy dochází k rozsáhlým změnám v personální, ale i pracovně-organizační struktuře ČT. Studie se pokusí demonstrovat, jaké komunikační strategie a jazykové i suprasegmentální prostředky moderátor volí.

Co se týká etických otázek, naším cílem je pokusit se prověřit, zda moderátoři veřejnoprávní televize plní úlohu nestranných průvodců, a pokud ano, tak zjistit jakým způsobem toho dosahují (stereotypy, strategie řízení a členění diskuse, argumentační styl).

---

<sup>1</sup> Vysílání počady z období: září 2011 a duben 2012

Pokusíme se v návaznosti na mediální studia a již publikované texty prověřit a znovu na podkladech případových studií charakterizovat sociální roli žurnalisty – moderátora, který se zodpovídá instituci České televize a tudíž i veřejnosti, která je jeho „faktickým“ zaměstnavatelem. Publicistický pořad *Události, komentáře* podle našeho mínění představuje vhodný materiál pro analýzu způsobů usměrňování diskuse - kvůli různým cílům jednotlivých hostů, mezi něž se pravidelně zařazují aktéři denních událostí, politici, komentátoři, analytici a odborníci. Diskusní pořad *Události, komentáře* je zvolen také pro možný vliv na stimulaci veřejného mínění.

Komentátorský pořad může být v jistých případech prostorem, kde lze uplatňovat určité způsoby manipulace veřejným míněním - jakým způsobem moderátor ovlivňuje diskusi, aby k manipulaci, sebepropagaci či marketingových technikám tzv. spin doctoringu nedocházelo a diskuse zůstala co nejvíce vyvážená? Může moderátor prostřednictvím řeči (konkrétních typů řečových aktů) manipulovat výpovědi respondentů a jak? Analýza komunikace komentátorského pořadu veřejnoprávní televize dává příležitost hledat odpovědi na tyto otázky a zároveň studovat další rysy současného českého jazykového vyjadřování.

## I. TEORETICKÁ ČÁST

Domníváme se, že v období revolučních změn v oblasti lidské komunikace - v éře nástupu nových médií – se masová média v čele s televizí musí vyrovnávat s transformací mediální komunikace, adaptovat se na nové komunikační prostředí síťových médií<sup>2</sup>. Masová média - z důvodu „boje o publikum“ – čelí vznikající konkurenci (nové mediální zdroje). Televizní éra pokračuje, konzument médií má ale širší výběr kanálů a především může sledovat nejen živý televizní přenos, ale i online přenos. Máme na mysli konkurenci z oblasti online komunikačních platforem. V tomto textu se zamýšlíme nad tím, jak masovou komunikaci ovlivňuje nástup online žurnalistiky a internetizace veřejné komunikace. Studujeme medializovaný diskurs v publicistickém pořadu České televize, konkrétně pracujeme s odvysílanými relacemi pořadu *Události, komentáře*. Práce se zaměřuje na české prostředí,

---

<sup>2</sup> *Encyclopedia of new media: an essential reference to communication and technology*. Edited by Steve Jones. Thousand Oaks: SAGE Publications, c2003. xi, 532 s. ISBN 0761923829.

pokusíme se o širší vhléd do problematiky s využitím pramenů a odborných zdrojů z oblasti mediálních studií a žurnalistiky, protože jsme názoru, že je nutné opět se znovu kriticky zamyslet nad teoretickým uchopením moderátorské sociální role novináře - zaměstnance instituce veřejné služby. Úloha masových médií v západní společnosti 21. století je významná, v České republice se mediální scéna od 90. let 20. století značně transformuje a od ideologií formovaného žurnalismu, se (nejen) veřejnoprávní žurnalistika distancuje a lpí na prosazování demokratických svobod a pluralitního myšlení. *„Budování nového systému médií v podmínkách liberální demokracie bylo podmíněno zásadní změnou nové mediální legislativy zajišťující oddělení státu a médií a umožňující faktické osamostatnění chodu médií od vlivu státního a stranického aparátu (tedy osamostatnění se od dosavadních vydavatelů tištěných médií a kontrolních mechanismů vysílacích médií).“* (Bednařík, Jirák, Köpplová 2011: s. 369).

Cílem předkládané diplomové práce je prostřednictvím zvoleného teoretického rámce (hledisko pragmatiky moderátorského diskursu a způsobů vedení pořadu) studovat a problematizovat sociální roli moderátorů televizních komentátorských pořadů. V návaznosti na poznatky humanitních věd v čele s mediálními teoriemi a analytickou filosofií jazyka se pokusíme tematizovat a kriticky reflektovat úlohu veřejnoprávních médií při utváření veřejného mínění a stimulaci veřejné debaty – prostřednictvím studie role moderátorů hlavního analyticko-publicistického pořadu České televize. V úvodní kapitole vyložíme základní pojmy, které při studiu moderátorského komunikačního projevu budou užívány pro potřeby analýzy. V návaznosti na odborné zdroje, kterými svá stanoviska podložíme, se pokusíme zaměřit naši pozornost na argumentační styl moderátora, způsoby vedení pořadu a usměrňování diskuse během vysílání. Moderátorovu úlohu podrobíme kritice z hlediska jeho úlohy v mediálním diskursu – s využitím poznatků teorie řečových aktů Johna Searla se pokusíme o nalezení stereotypů a modelů, se kterými moderátoři ČT pracují. Z těchto modelů se následně pokusíme sestavit výklad pragmatiky komunikace moderátorů pořadu Události, komentáře. Metodou pragmatické analýzy a interpretace řečových aktů z transkriptů rozhovorů vedených v pořadu Události, komentáře se pokusíme mimo výše uvedené nalézt také poruchy ve verbální komunikaci, prvky verbální agresivity moderátorů, náznaky persvaze či manipulace. Text bude průběžně doplněn konkrétními přepisy rozhovorů z relací

pořadu *Události, komentáře*, které Česká televize odvysílala v září roku 2011 a v dubnu 2012<sup>3</sup>.

## **1. MLUVENÁ PUBLICISTIKA JAKO FORMA MEDIALIZOVANÉHO DISKURSU V MASOVÉ KOMUNIKACI**

Jak jsme předeslali v úvodu, nyní přistoupíme k explikaci pojmů, se kterými v tomto textu pracujeme. Od výkladu pojmu komunikace odvíjíme další postup při studiu moderátorského diskursu – kontextem studovaného typu komunikace je televizní vysílání, medializovaná masová komunikace.

V další části textu vysvětlujeme, proč jsme zvolili pořad *Události, komentáře* a charakterizujeme publicistiku jako formu žurnalistiky. Vzhledem k novému vedení České televize si stanovujeme dílčí cíle diplomové práce – provést komparaci moderátorského stylu před avizovanou transformací zpravodajských relací se současnou podobou forem moderátorského komunikačního stylu. Na závěr úvodní kapitoly budeme problematizovat sociální funkci dialogu v demokratické společnosti západního typu a účinky žurnalistiky.

Vysvětlíme-li základní pojmy, se kterými pracujeme, můžeme vyslovit několik hypotéz, které se pokusíme verifikovat. K verifikaci, respektive k zodpovězení otázek, které si klademe v úvodních partiích diplomové práce, použijeme kontinuální a komplexní výklad okolností a analýzu prostředí moderátorského diskursu ve veřejnoprávním médiu. Zvolili jsme metodu pragmatické konverzační analýzy transkriptů a videozáznamů odvysílaných relací pořadu *Události, komentáře* (září 2011 a duben 2012).

### **1.1 Teorie komunikace – projev moderátora jako proces kódování**

Komunikaci v nejširším slova smyslu chápeme jako proces - interakci<sup>4</sup> mezi dvěma či více entitami probíhající v čase. Etymologicky slovo komunikace odpovídá latinskému ekvivalentu *communicare* - sdílet, mít cosi společného, působit, mít účinek, vliv, přenášet,

---

<sup>3</sup> Česká televize avizovala od dubna 2012 inovace a nové formy ve zpravodajských relacích. Pokusíme se o komparaci a analýzu změn moderátorské práce a argumentačního stylu v medializaci pořadu *Události, komentáře*.

<sup>4</sup> Harold LASSWELL (1965: s. 200), zástupce chicagské sociologické školy definoval komunikační proces a označil jednotlivé složky tohoto procesu sdílení komunikovaného obsahu. Zakladatelem komunikačních studií je Everet Rogers.

sdělovat. Teorie komunikace ve svých modelech nepoužívá pojem „*information*“ (informace), ale vždy „*message*“ (zpráva, sdělení, poselství) – a pohybuje-li se na poli mediálních studií, je na místě připomenout tezi teoretika Torontské školy, Marshalla McLUHANA: „*The Medium is the message.*“ (McLuhan 2000: s. 12). Pod pojem média McLuhan zahrnuje vedle prostředků masové komunikace i další prostředky civilizace, které slouží jako „*extensions of man*“, tj. k „*rozšíření člověka, jeho smyslů, schopností, možností*“ - například auto, elektrické světlo, apod. (McLuhan 1991: s. 40).

To, že při překladu je vybírán český ekvivalent s nejširším rozsahem pojmu - sdělení, odráží skutečnost, že komunikovány mohou být jakékoli znaky, které nemusejí být uspořádány a nemusejí mít smysluplný obsah. Sdělení, jež je vyjádřením významů, které chce komunikátor (moderátor) sdělit, se objektivizuje v řeči znaků, „kóduje“ se do jazyka srozumitelného příjemci (znakového systému). Příjemce pak „dekódováním“ znaků provádí percepci významů a smyslu sdělení. Takové rozčlenění celého procesu má svůj význam nejen pro lingvistiku či sémiotiku, ale také pro popis procesů sociální komunikace. V naší studii se zaměříme na roli odesílatele a procesu kódování, dále na kontext komunikace a komunikační šum. Jsme svědky procesu signifikace – pokud není signál pouhým stimulem, ale vzbuzuje u adresáta interpretační reakci. Tento proces je umožněn existencí kódu. „*Kód je systém signifikace, pokud spojuje přítomné entity s nepřítomnými jednotkami. Když – na základě příslušného pravidla – něco, co je aktuálně prezentováno adresátovu vnímání, zastupuje něco jiného, jde o signifikaci.*“ (Eco 2009: s. 17) Kódy (v našem případě český jazyk + vybrané neverbální kódy – gestika, mimika, proxemika, postuologie) poskytují pravidla, která generují znaky jako konkrétní události v komunikačním styku. Pragmatická analýza užitých vět (TOKEN), které chápeme jako znaky, je podle našeho názoru vhodný způsob analýzy moderátorského diskursu a strategie vedení pořadu.

Většinou se ke komunikaci v dané kulturní oblasti používá znakový systém mateřského jazyka. Je třeba poznamenat, že znalost kódů dané kulturní oblasti je nutná – máme na mysli i další sémiotické systémy, především kódy neverbální komunikace. Má-li být komunikace skutečným procesem a nejen izolovaným faktem přenosu informace, je třeba do ní zahrnout další nezbytný prvek - a to účinek komunikace. Toto pojetí vychází z předpokladu, že jednotlivé komunikační akty vyvolávají účinky (protože mají smysl), jež se následně - ať už bezprostředně nebo s časovým zpožděním - projevují v reagenzi příjemce. Úspěšný komunikační proces je ten, kdy dojde k přenosu sdělení od odesílatele k příjemci a



sdělení je dekodováno tak, jak zamýšlel právě odesílatel. V důsledku toho, že komunikace ve smyslu procesu symbolické interakce je dynamickou výměnou s jinými prvky společnosti, jejichž vzájemné vztahy a vazby proces komunikace pomáhá vytvářet a udržovat, se domníváme, že medializace znakových sdělení ve formě moderátorských diskursů přispívá do značné míry ke konstruování veřejného mínění.

Dílním cílem tohoto textu je studovat, jakým způsobem odesílatel sdělení (moderátor) docílí úspěšného komunikačního procesu – například, zda používá metakomunikaci, jaké jazykové stereotypy mu pomáhají uplatňovat korektní vyjadřování a především, jak je budována argumentační linie v roli moderátora v situacích, které vyvstávají neočekávaně. Domníváme se a v této práci prověřujeme, zda právě neočekávané situace v komunikačním procesu jednotlivých relací mohou být zvládnuty moderátorem podle konkrétních modelů a vzorců, zda existují pravidelnosti a nástroje persvazivity, či dokonce manipulace. Odesílatel zprávy musí přesně vědět, komu chce zprávu poslat a jakou reakci má zpráva u něj vyvolat - proto musí kódovat konkrétní sdělení tak, aby odpovídalo obvyklému způsobu kódování zprávy.

## **1.2 Televize: audiovizuální masové médium**

V této práci se zabýváme vysíláním televizního pořadu, a tak je nutné krátce osvětlit fenomén masové komunikace a televize - masového média. Vysílací média (rozhlas a televize) se narodila od tisku neustavila jako nástroj společenské změny. Vysílací média se rozšířila v souvislosti s technologickým pokrokem – v západní společnosti (v první polovině 20. století) tyto nové sdělovací prostředky hledaly sociální, kulturní i estetickou pozici. „Televize byla zprvu chápána především jako rozhlas s obrazem, tedy jako technologické rozšíření možností rozhlasu. ... Rozhlas i televize jsou funkčně hybridní média – berou na sebe některé funkce tisku (nabízejí žurnalistické a publicistické obsahy, podílejí se na veřejném a politickém životě společnosti), ale v minulosti aspirovala na to, že budou novými sférami uměleckého výrazu.“ (Bednařík, Jiráček, Köpplová 2011: s. 18)

Televize je audiovizuální masové médium (technický systém), které umožňuje přenos obrazové a zvukové informace (prostřednictvím televizního signálu). Od dalších audiovizuálních médií – filmu, obrazových záznamů na různých nosičích se odlišuje rozdílnou distribucí sdělení (televizní kanál umožňuje přenos události v reálném čase).

V komparaci s filmem dále sledujeme odlišné možnosti reprodukce obrazové reality. (Osvaldová, Halada a kol. 1999: s. 187) Televize zajišťuje masovou distribuci. Ze sociologického hlediska se jedná o sociální systém masové komunikace, který zahrnuje jak technický systém, výsledný produkt, tak složité organizační struktury, které jsou k zajištění masové distribuce a výsledného programu nezbytné.

Televizní vysílání pro veřejnost na území České republiky bylo zahájeno 1. května 1953 v Praze. Vysílání začínalo v rámci státního Československého rozhlasu, v letech 1957-8 byla konstituována samostatná organizace Československá televize; tato veřejnoprávní mediální organizace byla legalizována zákonem č. 18 Sb. z roku 1964. Československá televize získala monopolní postavení státního vysílatele. „ČST jako státní instituce zanikla s rozpadem federace 31.12. 1993. Nový zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání 468/ 91 umožnil vysílání dalším subjektům a zrušil monopol státní televize.“ (Osvaldová, Halada a kol. 1999: s. 189) Česká televize jako hromadný sdělovací prostředek denně vysílá pro statisícová publika. Sledovanost jednotlivých televizí na českém trhu zaznamenává několika průzkumnými metodami organizace Asociace vysílatelů a provozovatelů televizního vysílání.

Před tím, než přistoupíme k rozboru charakteru pořadu Události, komentáře, vysvětlíme pojem masová komunikace. Masová komunikace je procesem, při kterém jsou předávána sdělení veřejného charakteru prostřednictvím médií publiku, které představuje množinu časově nebo prostorově rozptýlených jedinců.<sup>5</sup> Masová komunikace je vždy nepřímá, neexistuje zde přímý kontakt komunikátora a příjemců sdělení. Masová komunikace využívá technické prostředky, které mají multiplikační účinky, tj. rozmnožují sdělení tak, aby je mohl přijímat velký počet příjemců. Tyto technické prostředky jsou v některých interpretacích ztotožňovány s pojmem masová média (hromadné sdělovací prostředky). Masová komunikace je asymetrická - jednosměrná. Pokud zde existuje zpětná vazba, pak je zpožděná a zprostředkovaná - neprobíhá v bezprostřední návaznosti na uskutečněný komunikační akt, děje se v rámci širšího kontextu společenských vztahů. U masové komunikace je komunikátor vždy kolektivní (mediální organizace). Tím, že používá technické prostředky, musí být moderátor nezbytně začleněn do organizované a centralizované struktury, která provoz těchto prostředků zajišťuje, nehledě na to, že i proces vytváření jednotlivých sdělení vyžadují kolektivní spolupráci.

Veřejný charakter sdělení je dán nejen způsobem šíření, tj. tím, že je směřován na množinu blíže neurčených anonymních příjemců, ale také svým obsahem, zahrnujícím především témata, jež jsou *předmětem zájmu širší veřejnosti*. Recipientem masové komunikace je publikum (audience). V interpersonální komunikaci má každá ze stran možnost kontroly průběhu komunikace. V masové komunikaci tuto kontrolu v ruku komunikátor, zdroj sdělení. Publiku zůstává pouze svoboda volby, svoboda výběru, pokud chce změnit téma, musí volí jiný komunikační kanál, či jiné médium.

V praxi se prosazuje širší pojetí masmédií: masové médium, prostředek masové komunikace, se chápe jako celkový organizační a technický systém nezbytný pro vytváření, šíření a přijímání daného mediálního produktu (tj. včetně komunikátora, včetně institucí, které umožňují, aby tyto mediální produkty mohly být rozšiřovány, až po technická zařízení sloužící příjmu či reprodukci).

Vzhledem k jednosměrné povaze informačního toku (jako příklad uveďme praxi Goebbelsovy válečné propagandy během 2. Světové války) se ukázalo, jakým způsobem lze ovlivňovat veřejné mínění prostřednictvím hromadných sdělovacích prostředků. Masmédia jsou bezpochyby silnou zbraní pro demagogy a totalitní režimy – a právě proto se domníváme, že je nutné neustále jejich úlohu problematizovat. Z pozice mediálních teoretiků bychom měli znovu řešit, jakou úlohu ve společnosti mají: *jak je možné vymezit a normalizovat roli veřejnoprávních médií v demokratických společnostech 21. století*. Zpravodajské texty v sobě mají zakotvené rozložení sociálních vztahů a moci. Podle Alana Bella (in Trampota 2006: s. 89) důkladná lingvistická analýza umožňuje rozpoznat, co se skrývá v hloubkové struktuře zpráv, a rozkrýt možné ideologie. Bell dospěl k závěru, že na základě informací, které jsou ve zprávě často distribuovány po různých fragmentech, může být diskurz o určité události vypovídající. Rekonstrukce události ze zprávy tak pomáhá odhalit, jak referovaná událost ve skutečnosti probíhala. (Trampota 2006: s. 97)

### **1.3 Funkční styl publicistický**

Publicistický styl z hlediska lingvistiky je funkční styl sdělovacích prostředků. Sdělovací prostředky jsou základem pro společenský kontakt, pomáhají při rozhodování a přinášejí i zábavu. U stylu publicistického je nutná vysoká míra profesionality a etiky novináře, důslednost a vytrvalost. Mediální komunikace má několik funkcí: převládá funkce

informační, ale s vývojem masových médií a transformací západní společnosti v posledních 100 letech (více volného času, stoupající počet lidí, kteří disponují zařízením na příjem vysílání rozhlasu a televize a rozšiřující se počet lidí, kteří mají přístup k internetu) se stále více uplatňuje a prosazuje funkce poučovací a informační. Nesmíme zapomenout zmínit funkci přesvědčovací, kterou využívají především politické subjekty, aby prostřednictvím médií komunikovaly konkrétní sdělení veřejnosti. Publicistika se v zásadě zabývá aktuálními otázkami a analýzou faktů, které získává od kompetentních zdrojů<sup>6</sup> a z oficiálních dokumentů. Jazykové prostředky publicistického stylu jsou jednoduché, velmi standardizované a měly by být bez citového zabarvení. Základem je přesnost vyjadřování, srozumitelnost – v mluveném projevu moderátora je užitá mluvená forma spisovného českého jazyka – hovorová čeština. Moderátor musí být vynikajícím rétorem a jeho jazykový projev musí být kultivovaný (tzn. úroveň textová, syntaktická, tvaroslovná, výslovnostní i volba lexika by měla odpovídat úzu). (Čechová a kol. 2000: s. 381-3)

#### **1.4 Publicistika optikou mediálních studií**

Denis MqQUAIL (2009: s. 213) upozorňuje na fakt, že média předkládají publiku určité reprezentace skutečnosti, sdělení a znakové konstrukce, které jsou specifickým výkladem sociální reality. Na tomto místě vysvětlíme, jak odborné zdroje pracují s pojmy žurnalistika a publicistika. Pro účely naší analýzy a základní rozlišení pojmů použijeme definici žurnalistiky z publikace kolektivu autorů Bednařík, Jiráková, Köpplová (2011: s. 19): „*Žurnalistikou se rozumí praxe referování o aktuálním dění a dobírání se smyslu, významu a dopadu tohoto dění na společnost.*“ Žurnalistika je tedy specifickým souborem dílčích diskursů (zpravodajství, publicistika, sportovní žurnalistika, aj.) Tato práce se zabývá jedním konkrétním žurnalistickým diskursem: publicistikou. V publicistice již hodnotí a vynášejí soudy o určitých jevech a událostech a tím silně působí na veřejné mínění. Marie ČECHOVÁ a kol. (2008: s. 244) označuje publicistiku jako „...*žurnalistickou nebo spisovatelskou činnost v hromadných sdělovacích prostředcích, která slouží k informaci o aktuálních otázkách a komentuje je.*“ Všechny verbální komunikáty, které vedle informativní funkce plní dále funkce persvazivní, působící a ovlivňovací, můžeme zahrnout do publicistických žurnalistických textů. Publicistika podrobuje informace analýze, podává komentáře a hodnocení, hledá souvislosti a následky. Podle Čechové (2008: s. 244-245) je pro

---

<sup>6</sup> Problematikou zdrojů médií a PR průmyslu (spin industry) se zabýváme v diplomové práci *Spin doctoring – analýza techniky persvazivního ovlivňování veřejného mínění* (Vozková, M.: 2012).

publicistický styl příznačná snaha získat publikum na svou stranu a vybídnout ho k činu. Domníváme se, že publicistická produkce v současnosti v České republice může ovlivňovat veřejné mínění (publikum) tím, že propaguje určité myšlenky a prostřednictvím více názorových proudů dává prostor respondentům, kteří mediální pozornosti využívají k přesvědčování a často agitaci. „*Proces komunikace prostřednictvím masových médií nevyhnutelně vede k ustavení vztahů masového charakteru mezi podavatelem a příjemci. ... Ze strany podavatele, který publikum chápe jako vzdálené a nediferencované a nikdy se s ním nemůže v pravém slova smyslu seznámit, je tento proces často vypočítavý či manipulativní.*“ (McQuail 2009: s. 59) Moderátorský diskurs v publicistice charakterizuje spontánnost projevů, ač má moderátor otázky a okruhy dotazů předem připravené – vždy musí umět reagovat na konkrétní výpovědi (řečové akty) respondentů ve studiu. Cílem naší analýzy je zkoumat komplexně roli moderátora s přihlédnutím na fakt, že se žádná diskuse nedá připravit předem, protože se může výpovědi nebo reagencí respondentů vždy odvíjet jiným směrem (nekonečné možnosti výpovědi).

Z povahy masové komunikace je patrné, že publikum přijímající masovou komunikaci je pasivní a vztah mezi vysílatelem (v našem případě Česká televize) a publikem je asymetrický. Publikum televizního pořadu Události, komentáře nemá možnost okamžité zpětné vazby – což se v posledních letech mění (a pravděpodobně bude dále vyvíjet) díky možnostem komunikace na platformách nových médií. Vliv masových médií a nástup nových médií ovlivnil mimo jiné také politickou komunikaci a praxi. Poskytl aktérům politiky nové nástroje. Eric LOUW (2005: s. 128) popisuje tři klíčové efekty, které transformují politiku a mění její techniky a nástroje politické agitace. Politici jsou „herci na mediálním jevišti“ a tím se mění styl jejich komunikace směrem k veřejnosti. Narůstá počet odborníků (spin doctorů) na politickou a přesvědčovací komunikaci, kteří jsou najímáni jako poradci politických subjektů. Politici se proměnili v „herce“, kteří denně hrají mediální představení pro publikum, se kterým se setkávají skrze obrazovky v jejich domovech. Louw mluví o zlidštění osob politiků ve smyslu představení jednotlivých politických aktérů, kteří už nejsou prezentováni jako státníci, ale jako lidé s určitou osobností. Z politiků se v jistém smyslu staly celebrity, a protože musí být „dobří herci“, potřebují režiséry a scénáristy, kteří jim poradí, jak se ve světle kamer chovat, jak si budovat „dobrou pověst“. Změna, kterou zapříčinilo televizní vysílání, nastává v USA od 60. let 20. století, v Evropě (nejprve v Británii) postupně od 80. let 20. století. Od té doby roste potřeba politiků najímat odborníky na elektronickou komunikaci: od spin doctorů, konzultantů, tiskových mluvčích, specialistů na psaní proslavů,

přes stylisty, imagemakery a odborníky na vizuální studia. Louw odmítá teze technooptimistů o tom, že s rostoucí pluralitou informačních zdrojů, poroste i aktivita občanů co se týče kritického přístupu k politickým rozhodnutím elit a v obecnější rovině, participace jednotlivců na veřejné komunikaci. (Louw 2005: s. 130) Průmysl spin doctoringu (*spin-industry*) se rychle adaptoval na nová média a využívá je. Politici jsou informováni: informace o potenciálních voličích, možných donátorech politických stran i opozičních kandidátech jsou sbírány a uchovávány v elektronických databázích. Spin doctři využívají počítačové databáze jako informační zdroj pro svou práci a k marketingovým účelům. Počítače umožňují snáze spravovat informace o cílové skupině a vytvářet komunity na síti, komunikovat s podporovateli a útočit na cílová publika. Kritici nových médií mluví o tom, že informační věk umožnil rozvoj praktik public relations a usnadnil manipulativní komunikaci s cílovou skupinou. Informatizace a medializace udělaly z politiky finančně nákladný business, protože pokud chce politická strana uspět ve volbách, najímá si odborníky na komunikaci. Spin doctři znají techniky marketingu a reklamy, ke kterým využívají všech komunikačních kanálů. Domníváme se, že uplynulých 20 let ukázalo, že jsou úspěšní. Kromě politických subjektů najímají spin doctři také zájmové skupiny, revoluční skupiny, neziskové organizace a další, kteří potřebují okamžitou publicitu určitého tématu, chtějí utvářet pozitivní mediální obraz své společnosti a především, chtějí ovlivnit veřejné mínění o dané problematice. Ve světle výše uvedených poznatků vyvstává otázka po roli profesionálních moderátorů, kteří by měli být špičkovými odborníky na tento typ komunikace a disponovat různorodými dovednostmi, o kterých se v práci zmiňujeme (a shrneme je v kapitole Závěr).

#### **1.4.1 Publicistický pořad Události, komentáře**

V této kapitole se pokusíme objasnit, proč se domníváme, že je pořad Události, komentáře v rámci české mediální produkce výjimečný a odůvodnit, proč je třeba studovat a ověřovat kompetence současných moderátorů.

Nejdříve vysvětlíme, proč jsme zvolili pořad Události, komentáře: domníváme se, že existuje řada specifikací, pro které je tento televizní pořad pozoruhodný. Denní periodicita, ze které vyplývá zaměřenost na aktuální informace a události i kratší čas přípravy relace, specifický formát relace, výjimečná časová dotace (1 hodina) a živé vysílání – to jsou důvody, proč jsme zvolili pro analýzu právě a pouze komentované události. Hlavní zpravodajsko-analytický pořad ČT je vysílán na programu ČT1 a ČT24, každý všední den od 22:00 hodin,

reprízován je tamtéž vždy následující den od 01:00 hodin a 02:58 hodin. Jednou za čtvrtletí je provedena analýza jednotlivých publicistických pořadů (a předvolebního vysílání jako celku) - je prováděna s cílem odhalit případná odchýlení provozovatelů od povinností uložených jim zákonem o rozhlasovém a televizním vysílání, zejména pak porušení § 31 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb.<sup>7</sup>, který ukládá povinnost provozovatele zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.

Česká televize je charakterizována jako televizní instituce veřejné služby. ČT je mediální organizace, která se řídí zákonem o České televizi (483/1991 Sb.) Česká televize je právnickou osobou, která hospodaří s vlastním majetkem, jehož základem je majetek převedený z Československé televize. Česká televize vlastními úkony nabývá práv a zavazuje se. Stát neodpovídá za závazky České televize a Česká televize neodpovídá za závazky státu.

Česká televize poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky za účelem naplňování demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti a potřeby zachovat mediální pluralitu.

Hlavními úkoly<sup>8</sup> veřejné služby v oblasti televizního vysílání jsou zejména:

- a) poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů,
- b) přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky,
- c) vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnosti,

---

<sup>7</sup> 231/2001 Sb. *Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání*. Praha: Parlament České republiky, 2001. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/texty/zakon-231-2001/>

<sup>8</sup> Česká televize: Preambule a výklad pojmů [online]. 1996-2012. 2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

d) rozvíjení kulturní identity obyvatel České republiky včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin,

e) výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež.

Česká televize jako provozovatel multiplexu veřejné služby v souladu s technologickým vývojem aplikuje další rozvoj ve všech oblastech televizních technologií, vyvíjí činnost v uplatnění nových vysílacích technologií včetně výroby a šíření multimediálního obsahu a dalších doplňkových služeb.

Pro výklad sociální role moderátora v pořadu *Události, komentáře* je dále nutné vymezit se vůči dalším pořadům, které nabízí Česká televize divákům a mají zpravodajský, analytický nebo publicistický charakter: denně referují o událostech z domácí i zahraniční scény reportéři v pořadu *Události*, pravidelné zpravodajské relaci v hlavním vysílacím čase (19.00 hodin) – tento pořad ale nepovažujeme za publicistický, spíše se jedná o souhrn zpravodajských mediálních obsahů na nízké analytické úrovni.

Mezi publicistické relace podobného charakteru, jako *Události, komentáře* řadíme *Otázky Václava Moravce* (živě přenášená publicistika zaměřená především na politické debaty; vysíláno jednou týdně) – tento pořad je na vysoké úrovni a jistě se řadí mezi publicistiku ČT, zaměřuje se ale především na politická témata.

Dalším pořadem publicistického charakteru jsou *Reportéři ČT* (předtočený publicistický pořad, který je vysílán jednou týdně a jeho skladbu tvoří reportáže), který nevolíme proto, že není vysílán živě a na moderátora není kladen takový tlak, jako při živě vysílané hodinové relaci *Událostí, komentářů*.

V České televizi se na přípravě pořadu<sup>9</sup> podílejí čtyři asistenti (rešerše, analýzy + komunikace na sociálních sítích), editoři Jan Ouředník a Jan Rozkošný, politická analytička Martina Lustigová, vedoucí redakce Veronika Linková a tři moderátoři<sup>10</sup> - od dubna 2012 se místo Jakuba Železného stal novým moderátorem pořadu *Události, komentáře* bývalý moderátor *Událostí*, Bohumil Klepetko.

---

<sup>9</sup> Česká televize: *Události, komentáře* [online]. 1996-2012. 2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1096898594-udalosti-komentare/2147-tym-udalosti-komentaru>

<sup>10</sup> Daniela Drtinová, Martin Veselovský, Jakub Železný.



### **1.4.2 Zpravodajské hodnoty**

Pro demokracie západního typu (neoliberální demokratické společenské uspořádání) je zpravodajství svébytným žánrem s vysokým statusem (objektivita zpravodajství u veřejnoprávních médií – tedy státem zaštitených v ekonomickém smyslu slova – je velice významná). Zpravodajství je sociální institucí – udržuje kontinuitu existence společnosti, napomáhá ke stimulaci veřejného, celospolečenského konsensu a především společné identity (spoluurčuje kdo jsme *my*, kdo jsou *oni*). Zpravodajské a publicistické relace reprezentují vnější svět, jako rezervoár dobových reálií – alespoň v ideální rovině, řekněme, bez vlivu ideologií a tlaku marketingu, mediálního lobbingu, atd. V této práci čerpáme z poznatků provozní teorie - publikací a studií zaměřených na výkon profese moderátora, tedy tvůrce mediálního obsahu a zároveň na studium pravidel konkrétního žurnalistického žánru (publicistiky). Zajímá nás socioprofesní skupina novináře-moderátora, podmínky tohoto povolání a zároveň role zpravodajského pořadu Události, komentáře ve veřejné debatě české společnosti současnosti.

Podle Dana BERKOWITZE (2011: s. 5) je výběr události, která se má stát zprávou pouze jednou z mnoha úrovní selekce – na všech úrovních selekce (produkční tým, editor, moderátor) se uplatňují dobově a sociálně podmíněné požadavky – normativní, estetické představy o předpokládaném publiku. Pro označení hodnot a norem, které se nejčastěji stávají rozhodujícími faktory pro „vznik“ zprávy se v mediálních studiích užívá pojmové sousloví zpravodajské hodnoty (news values). Zpravodajské hodnoty jsou vlastnosti, jimiž musí událost disponovat, aby se mohla stát zprávou. Berkowitz se pokusil charakterizovat kritéria, která ovlivňují výběr událostí, informací, které jsou v mediálních organizacích „konstruovány“ ve zprávy. Novináři vybírají nejen místa, ale i aktéry, osoby a informace, které zahrnou do medializovaného sdělení a působí na veřejné mínění. Proto se domníváme, že soustavné studium těchto sémiotických sdělení může přispět k reflexi mediální reality a konkrétního typu medializovaného diskursu, ale i k revizi možných nedostatků a poruch, ke kterým může docházet kvůli působení především verbálního argumentačního stylu moderátora. Vzhledem k tomu, že Česká televize je veřejnoprávní médium, pochází většina příjmů této mediální organizace z veřejných prostředků, má z hlediska práva definovanou činnost, rozsah působení a povinnosti. Podle zákona o České televizi má být nezávislým médiem ve smyslu zastoupení a prezentace zájmů různých skupin společnosti. Prostřednictvím vysílání pluralitního programu jí zákon ukládá především objektivně

informovat o společenských, aktuálních tématech, která by měla tvořit tzv. inteligentní mix relevantních názorů (i těch minoritních) a podněcovat veřejnou i odbornou diskuzi.

Zpravodajské hodnoty (pět následujících faktorů: *jednoznačnost, překvapení, prostorová blízkost, osobní zaujetí, konflikt*) jako pojem týkající se mediálních studií použil poprvé ve své publikaci *Public Opinion* Walter LIPMAN (1922). Zpravodajské hodnoty jsou znaky, které rozhodují o tom, zda se událost promění ve zprávu masových médií, a zda je zpráva zařazena do zpravodajství mainstreamových médií.

Nyní se budeme věnovat popisu zpravodajských hodnot podle Galtunga a Rugeové (in Tumber: 1999: s. 21). Ti uvádějí dvanáct základních hodnot, z nichž prvních osm by mělo být univerzálně platných pro kteroukoli kulturu. Stupeň vývoje, historický kontext a geografická poloha by neměly na jejich platnosti nic měnit. Níže vysvětlíme ty zpravodajské hodnoty, které jsou pro naši studii vhodné a použili jsme je k analyzování nového vzhladu Událostí.

První z hodnot je frekvence. Což je časový úsek, po který se událost rozprostírá a tím je i předznamenáno jaká média se o událost budou zajímat. „*Čím více se frekvence události podobá frekvenci média, tím je pravděpodobnější, že bude zaznamenána jako zpráva.*“ (Galtung, J. Ruge in Tumber: 1999: s. 22) Událost která probíhá delší dobu se stejnou intenzitou nebude pravděpodobně zajímat média, která své příjemce informují denně, ale může se objevit například v měsíčníku. Naopak jednorázová událost se s velkou pravděpodobností objeví v médiích, která informují své respondenty pravidelně a v médiích, která vycházejí v delších časových intervalech se objeví pouze tehdy, co má v dané době největší zvuk ve společnosti, popřípadě mimořádnou důležitost.

Druhou neméně závažnou hodnotou je tzv. rozměr události. Představuje absolutní celkovou intenzitu konkrétní zprávy. „*Čím větší je přehada, tím větší prostor věnují média jejímu otevření, čím násilnější je vražda, tím větší bude mít titulek v novinách ... existuje určitý práh, který musí událost překročit, aby byla zaznamenána*“ (Galtung, J. Ruge in Tumber: 1999 s. 22) U některých událostí je intenzita proměnná. Například při povodních, které jsou ze začátku jen regionální událostí, ale postupem času se stanou celostátním problémem. Rozměr je důležitým faktorem i v bulvarizaci médií. Nastavený práh, kdy má zpráva dostatečný rozměr, aby se zprávou stala, musí každá další minimálně dosáhnout stejné úrovně. Proto může docházet k umělému „sycení“ zpráv a tlaku na trvalé zvyšování jejich dramatičnosti. To se může stát hlavní tendencí a potřebou zpravodajství, které je závislé na vysokém zájmu publika.

Třetím kritériem je jednoznačnost. Událost musí plnit pokud možno jen jednu možnost interpretace, aby se docílilo přesného vyznění a publikum pochopilo obsah mediálního sdělení. V případě vysoké hladiny víceznačnosti se může stát, že událost bude vnímána příjemcem jinak než jak měla být vyslána (špatné dekodování znaků u recipienta mediálního produktu). Toto kritérium je společné pro bulvární i seriózní média. Nízká náročnost formulace a její jednoznačnost zajišťuje snadnější pochopení u širší cílové skupiny.

Čtvrté kritérium je také nedílnou součástí vzniku jakékoliv zprávy - je to její geografická blízkost. Dá se říci, že panuje určitá nepřímá úměra mezi blízkostí zprávy a jejím rozměrem. U zprávy, která má velký rozměr je geografická vzdálenost vyvážena právě vysokou důležitostí zprávy (živelné katastrofy, války...) a naopak. Zpráva která je zdánlivě nedůležitá může být považována za nezbytnou, ale pouze v určité oblasti (nová čistička odpadních vod)

Další kritéria, které jsou si vpravdě opozitní, jsou neočekávanost a souznění. Souznění s událostí předpokládá určitou připravenost příjemce na konkrétní zprávu (když se volí prezident, jsou respondeti připraveni na to, že se prezidentem nakonec stane kandidát o kterém se již dlouho ví, že má největší podporu). Výstižná slovní anglická slovní hříčka: „*In the sense mentioned here „news“ are actually „olds“*“ (Galtung, J. Ruge in Tumber: 1999 s. 24) Tato zpráva pak určitým způsobem ztrácí na neočekávanosti, ale její výsledek není nikdy přesně předpověditelný. Například u sportovního klání, může být výsledek překvapivý, přestože je příjemce připraven na to, že pravděpodobně vyhraje favorit. Příbuzné kritérium předešlým dvěma zmíněným je kontinuita. Událost, která se již jednou stala středem pozornosti, má vyšší ambice se někdy v budoucnu stát zprávou i když společenský zájem o ni již poklesl.

Výše zmíněné faktory jsou podle Galtunga a Rugeové mezinárodně platné a nezáleží na kulturní či ekonomické úrovni, ani na geografické poloze. Následně se uvádějí ještě další kritéria, které, byť nejsou univerzálně platná, v našich zeměpisných šířkách a i pro případovou studii nových Událostí, se dobře hodí. Jedním z nich je elitářství. „*Činy elity jsou obvykle v krátkodobé perspektivě závažnější než aktivity druhých; a to platí pro elitní lidi i národy*“ (Galtung, J. Ruge in Tumber: 1999 s. 25) Toto tvrzení je logické a souvisí s vlastním termínem. Elita je elitou proto, že je vnímána jako významný hybatel událostí. Elitu samotnou je možno chápat jako elitu mediální a společenskou. Ta společenská je vrstva, která přináší změny a určuje směřování celé společnosti a pak nese za události osobní zodpovědnost. Ta

mediální jsou pouze médii vykonstruovaní jedinci, kteří ale díky síle a vysoké prodejnosti bulvárního média, mají na vývoj společnosti také zásadní vliv. Byť za něj takřka žádnou hmatatelnou odpovědnost nenesou. Elita je také vhodným nástrojem k použití dalšího z kritérií, a to personifikace. Pro příjemce zprávy je nejlepší, aby událost měla jasně kódovaný subjekt (označení „viníka“; možnost rozlišení rolí – to jsme *my*, to jsou *oni*). Zpráva se logicky ani bez jasného subjektu či objektu nemůže vyskytnout, protože není možné podat žádný důkaz (nahrávka, vyjádření, skutečnost...) o existenci události. Výjimku tvoří živelné katastrofy, ale i u těch je vidět výrazná snaha o zosobnění viníka. Například vždy je možné uvažovat o preventivních opatřeních proti povodním a o tom proč se nakonec nerealizovala dříve než povodeň skutečně přišla. V neposlední řadě mluví pro personifikaci zpráv snadnější indentifikace příjemce s aktérem. Níže bude popsáno, jak se právě tento charakter nové Události České televize snaží naplňovat.

Dalším zpravodajskou hodnotou užívanou jak seriózními, tak bulvárními médii je negativita. Je nejsilnější zpravodajskou hodnotou a proto jsou často události uměle obohaceny (jak vizuálně, tak verbálně) negativními prvky, tak aby zaujaly (šokovaly, upoutaly) co nejvíce. Galtung a Rugeová si masivní účinnost negativní zprávy vysvětlují určitou fascinací zlem, která je v lidech zakořeněná. Velmi silný pocit soucitu, ale i zvědavosti je přirozeně vyšší než u zpráv veskrze pozitivních. „*V životě existuje určitá asymetrie mezi pozitivním a negativním. První je obvykle složité a dlouhodobé, druhé bývá prosté a děje se v krátkém časovém úseku.*“ (Galtung, J. Ruge in Tumber: 1999 s. 27) Proto je negativní zpráva přístupná širší cílové skupině. U negativní události je také téměř naprostá jistota, že bude správně interpretována a že dojde k všeobecnému koncenzu co se týče vyznění zprávy, tudíž nevyvolá nevoli příjemce.

Je nepochybné, že při procesu proměny informace - události na zprávu (v podobě čteného „studia“ v hlavní relaci nebo na událost, o které je točena reportáž a je jí věnován značný časový prostor během hlavní zpravodajské relace) dochází k ovlivnění vyznění události a to i v tu chvíli, kdy je uplatňována snaha o maximální objektivitu. To zda se událost vůbec zprávou stane je vždy kombinací výše uvedených kritérií, která spolu více či méně souvisejí a pomocí těchto kritérií je možné vytvořit jednotné strategie selekce zpráv. To co se zprávou stane a to co ne (koncept gatekeepingu). Dalším faktorem, který ovlivňuje vyznění a finální recepci medializovaného sdělení publikem je strukturace informací v dané zprávě – tedy, kompozice textu i obrazů, které jsou užity v reportáži. Strukturace a komponování

jednotlivých znakových sdělení ovlivňují konečné vyznění a působení na publikum, které může být kulturně – relativní.

### **1.5 Sociální funkce dialogu v demokracii**

Účastníci dialogu vstupují do různých podob dialogu zpravidla s jistým cílem, s úmyslem dosáhnout těchto cílů a naplnit tak očekávání spojovaná se vstupem do dialogu. Dialog má sémiotické předpoklady – kompetence účastníků dialogu k užívání znakového systému – jsme tudíž oprávněni uvažovat o kultuře dialogu a jeho hodnotových dimenzích. V demokratické a otevřené společnosti má dialog jako základní forma občanské komunikace zcela nesporné priority. *„Lze konstatovat, že tak či onak jsou všechny typy a podoby dialogu cílově orientované, i když to neznamená, že cíle všech účastníků dialogu jsou nebo dokonce musejí být shodné.“* (Tondl 1997: s. 16) Obecná charakteristika motivů nebo faktorů stimulujících a ovlivňujících dialog má však některé sociálně-politické dimenze: Jde o pluralitu názorů, znalostí nebo postojů lidských individuů, svobodných občanů vybavených lidskými právy a především právem svobodně se rozhodovat a volit mezi alternativami.

Povaha a funkce dialogu jsou silně ovlivněny sociálním postavením a vzájemnými vztahy účastníků dialogu. (Tondl 1997: s. 19) Komentátorský pořad má podobu strukturovaného skupinového rozhovoru, který je řízený moderátorem (moderátor klade otázky, usměrňuje diskusi a určuje prostor, který je dán účastníkům konkrétní relace). Moderátor musí obstat jako zástupce instituce veřejnoprávního média, jako společensky přijatelný vedoucí diskuse a jako člověk odborně poučený v řadě oborů, protože tematika každodenního pořadu je velmi pestrá. Intelektuální, znalostní a hodnotové vybavení moderátora jako subjektu komunikace vytváří nejen rámec, ale také prvky stimulace nebo motivace všech sdělovacích procesů v každé relaci. V těchto souvislostech by měly být v centru pozornosti nejen jazykové a mimojazykové prostředky komunikace, ale také jejich adekvátní recepce, jejich pochopení a interpretace a subjektivní předpoklady přijetí a začlenění obsahu získávaných sdělení do intelektuálního, znalostního a kulturního fondu příjemců sdělení – v tomto případě nejen respondentů, kteří sedí ve studiu, ale i diváků u televizních obrazovek.

*„Diskuse je rokování o něčem z různých stanovisek nebo pohledů, společné zjišťování různých mínění o těžké věci.“* (Barbora Osvaldová, Jan Halada, 2007: s. 47). Diskuse v médiích, zejména televizi a rozhlase, znamená *„...rozhovor polemického charakteru dvou nebo více účastníků, někdy řízená redaktorem (moderátorem); v tisku pak písemná kontrakce*

*některých názorů otištěných postupně nebo zároveň.*“ (Barbora Osvaldová, Jan Halada: 2007, s. 47). Milan KLAPETEK doplňuje, že cílem diskuse není pouhé vyřčení myšlenek, ale sladění názorů účastníků, kteří musí své pohledy přesně formulovat a stylizovat. *„Kultivovaná diskuse dokáže přinést výsledky představující více než pouhý součet myšlenek všech zúčastněných. Je to tím, že diskuse koordinuje myšlení účastníků, diskutující jsou nuceni stylizovat a formulovat myšlenky přesněji než při uvažování o samotě, chyby v myšlení jsou obvykle odhaleny – sám jedinec nad svým myšlením takovou kontrolu nemá – a v neposlední řadě – dobrý nápad jednoho bývá tvořivě rozvíjen dalšími.*“ (Klapetek, 2008, s. 122).

## **1.6 Účinky žurnalistiky**

Ve vztazích tržních subjektů a médií je možné vycházet z teorií mediálních studií, které se věnují tzv. zpravodajským hodnotám, dále agenda settingu a gatekeepingu. Mediální studia popisují faktory, které ovlivňují proces konstrukce mediovaných obsahů a proces vstupu událostí do podoby zpráv. Filtrace a výběr událostí, které budou medializovány, nejsou předmětem naší analýzy. Přesto se nyní krátce zamyslíme nad účinky žurnalistiky na veřejné mínění.

Mediální zpravodajství považujeme za sociální instituci, která plní tyto funkce: kromě manifestní funkce informovat veřejnost plní média také funkci udržování kontinuity existence společnosti, ovlivňují vytváření společenského konsenzu (tj. tím, že zpravodajství dává události do souvislosti) a v neposlední řadě se média podílí na utváření společné kulturní identity – definování, kdo jsme my, a kdo jsou oni. Zprávy by měly obsahovat základní hodnoty sdílené s ostatními členy společnosti. Jednotlivá sdělení, která se objevují v různých relacích na sebe často navazují, děj, který zachycují, je postupně rozvíjen. Mnoho postav se objevuje opakovaně, zprávy (reportáže a příspěvky) často zobrazují dlouhodobé a v čase se vyvíjející děje. O některých příspěvcích ve vysílané relaci můžeme říci, že mají charakteristiky televizního seriálu - funguje na bázi ustálené situace a omezeného počtu hlavních postav, kolem nichž jsou postavy vedlejší, jež se mění. Média *ideálně* slouží jako zdroje informací, namísto nepřesných či nekompletních určení, které si příjemce vyplňuje na základě vlastních zkušeností a znalostí a na základě toho, co je nejpravděpodobnější.

Domníváme se, že těchto charakteristik publicistiky je možné využít při manipulaci s veřejným míněním – spin doctři a další mediální lobbisté (i sami aktéři politiky a veřejného života) diagnostikují veřejné mínění a snaží se ovlivnit vyznění mediálních obsahů: například pomocí sepsaných projevů (konkrétních sdělení s konkrétním kódováním, které je šito „na

zíru“ cílovému publiku) pro politiky, kteří se záměrně staví do určitých rolí, naznačují další možná pokračování příběhů, označují viníky. Práce s intertextualitou a emocionalitou je v masmediální audiovizuální komunikaci využívána v dnešní době běžně, „průmysl“ politické komunikace s veřejností (v anglosaském prostoru někdy označován jako spin-industry) si osvojil určité techniky, které využívají specifických narativních vlastností zpravodajských obsahů.

V návaznosti na výše uvedené definice pojmů, se kterými pracujeme, nyní přistoupíme ke stanovení hypotéz, které se pokusíme ověřit prostřednictvím případových studií transkriptů a videozáznamů pořadu Události, komentáře. Následující kapitoly předkládané diplomové práce jsou sestaveny tak, aby čtenáři poskytly agumenty, které mají ověřit či vyvrátit naznačené teze a odpovědět na hlavní otázky, které nás inspirovaly k rešerši a analýze zvoleného tématu.

- (1) Argumentační styl moderátora je vystavěn na nejvyšší možné míře srozumitelnosti.*
- (2) Medializovaný moderátorský diskurs využívá všechny typy řečových aktů (filosofie jazyka – teoretická koncepce Johna Searla) k dosažení nejvyšší možné míry komunikační spolupráce moderátora a respondenta v rovině transparentnosti komunikace a vysoké míry porozumění.*
- (3) Moderátor se snaží efektivizovat komunikační proces dialogu v živé relaci prostřednictvím neustálého upřesňování a konkretizování významu promluvy.*
- (4) Moderátor se snaží odstranit jakékoli náznaky neurčitosti a manipulace s adresátem komunikovaného obsahu.*

## **2. TEORIE ŘEČOVÝCH AKTŮ JOHNA SEARLA**

Paul LEVINSON říká, že až do roku 1955 byla pragmatika praktikována, aniž byla takto pojmenována (1998: s. 12). Charles MORRIS (1946: s. 5) uvádí, že neustále odkazování k interpretovi a interpretaci je běžné už v klasické definici znaku. Podle Umberta ECA (2009, a: s. 229) je možné řeckou i latinskou rétoriku (včetně jazykové teorie sofistů) považovat za

jistou formu diskursivní pragmatiky. Chceme-li zaštitit naši analýzu teoretickou koncepcí pragmatické lingvistiky, dovolíme si použít definici fenoménu pragmatiky autora BARHILLELA (in Kasher 1976: s. 271): „*pragmatika se zabývá nejen fenoménem interpretace (znaků, vět nebo textů) a indexických výrazů, ale rovněž zásadní závislostí komunikace v přirozených jazycích na mluvčím a adresátovi, jazykovém kontextu a mimojazykovém kontextu, na dostupnosti znalosti pozadí, na ochotě vytvořit si znalost pozadí, stejně tak na dobré vůli účastníků komunikačního aktu.*“

Východiskem teorie mluvních aktů, které využíváme v předkládané diplomové práci jako konceptuální rámec teoretické části textu, je přesvědčení, že základní jednotkou pro analýzu komunikace je užití jazyka (věty) s komunikační funkcí – tj. řečový akt (*speech act*). „*Význam věty je třeba vyložit z její role při vykonávání mluvních aktů.*“ (Kořátko 1998: s. 46) Při jakékoli komunikaci se lidé zapojují do pravidly řízeného chování: vykonávají rozmanité řečové akty, které se vykonávají vyslovováním výrazů v souladu se soubory syntaktických a sémantických pravidel daného sémiotického systému - kódu. V každé jednotlivé promluvě se tedy zračí celý systém jazyka a s ním spojených mimojazykových důsledků.

Na přelomu 70. a 80.let se Searle intenzívně zabýval problémy filosofie mysli a v roce 1983 vychází jeho klíčové dílo *Intentionality An Essay in the Philosophy of Mind*<sup>11</sup>. Každá část jazyka předpokládající komunikaci je nutně nějakým druhem mluvního aktu, který je základním stavebním kamenem mezilidské komunikace. Aby byla komunikace smysluplná, musí být provozována bytostmi majícími záměr komunikovat.

Searle se snaží pojednávat filosofii jazyka „*jako odvětví filosofie mysli*“ (Searle 2004: s. 21). Teoretický aparát mluvních aktů mu slouží jako důležitý nástroj pro prozkoumání vlastností intencionality spíše než naopak. Intencionalita vyjádřená v mluvních aktech je přece odvozena od intencionality mentálních stavů a z toho pro Searla vyplývá nutný závěr, že zkoumání jazyka je odvozeno ze zkoumání mysli. Jazykový význam – pro Searla je dán souborem podmínek naplnění daného mluvního aktu – je vlastně odvozenou intencionalitou, na rozdíl od intencionality mentálních aktů, jejichž podmínky naplnění jsou v nich samých.

Konkrétní mluvní akt je identifikován svým propozičním obsahem a výpovědní silou (illocutionary force). Propoziční obsah vymezuje podmínky naplnění mluvního aktu: podmínky, za nichž je slib splněn, rozkaz vykonán, tvrzení pravdivé, atd. Searle definuje

---

<sup>11</sup> MATAL, Oldřich. John R. Searle: *Od mluvních aktů k sociální realitě* [online]. Katedra filosofie MU Brno [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: [http://profil.muni.cz/01\\_2004/matal\\_searle.html](http://profil.muni.cz/01_2004/matal_searle.html)



jednotlivé typy mluvních aktů pomocí podmínek jejich úspěšného vykonání (například definice slibu).

Domníváme se, že zkoumáním některých - pro Searla paradigmatických - mluvních aktů (jako slibování, tvrzení, tázání) můžeme dospět k obecně platným závěrům, které se týkají celého systému jazyka. Cílem tohoto textu je zaměřit se na problematiku medializovaného diskursu a vyhledávat pravidelnosti a charakteristické rysy řečových aktů, které využívají moderátoři pořadu Události, komentáře, aby ovlivňovali a usměrnili diskusi.

Searle buduje idealizované modely, systematicky využívá abstrakce a idealizace, aby kategorizoval řečové akty v návaznosti na pragmatismus Johna Austina. AUSTIN (2000: s. 9) tvrdí, že jednotkou zkoumání jazyka vždy musí být jen celkový řečový akt v jeho celkové řečové situaci. Součástí teorie řečových aktů je Austinovo rozlišení vět konstativních a performativních. Konstativní věty vypovídají o určitém stavu věcí a mohou být buď pravdivé, nebo nepravdivé. Performativní věty se kritériu pravdivosti vymykají a úspěšně nebo neúspěšně svým vyslovením vykonávají akt, který označují. (Kraus 2008: s. 64). Později Austin opozici konstativní – performativní relativizuje. Podmínky úspěšnosti / neúspěšnosti a podmínky, které postuloval v úvodu knihy *Jak udělat něco slovy*, lze vymezit nejen u performativních, ale i u konstativních aktů. (Austin 2000: s. 20). Proto lze u všech typů mluvních aktů rozlišit tři vrstvy:

**Lokuční akt** (užití věty s určitou syntaktickou strukturou a konvenčním významem)

**Ilokuční akt** (komunikace určitého propozičního obsahu s určitou výpovědní silou: slib, rozkaz, tvrzení, atd.)

**Perlokuční akt** (dosažení mimokomunikativního účinku – vyvolání přesvědčení, motivace k jednání u adresáta komunikace, atd.)

Searlova klasifikace vychází ze souboru parametrů mluvních aktů, z nichž hlavní jsou tyto (autor rozlišuje směr přizpůsobení – direction of fit – (1) slova se přizpůsobují světu a (2) svět se přizpůsobuje slovům). Je několik kritérií, podle kterých můžeme rozlišit komunikativní funkci (podle záměru mluvčího): učinit mluvčího odpovědným za pravdivost určité propozice; přimět adresáta k nějakému jednání; zavázat mluvčího k nějakému jednání; nastolit určitý institucionální stav; vyjádřit mentální stav

Searle částečně navazuje také na Griceovskou filosofii jazyka – posluchač má rozpoznat úmysl mluvčího na základě sémantických pravidel určujících význam vyslovených výrazů. Řečové akty patří do třídy intencionálního konání a je možné je objasnit v rámci

všeobecné teorie intencionality, jak se domnívá Searle. Rozdíl oproti Austinově podání je dán tím, že Searle mluví o úspěšnosti ilokučních aktů díky tomu, že adresát rozpozná úmysl mluvčího, jeho strukturovanou intenci. Konvence vstupují do hry jen tehdy, kdy použité výrazy a věty mají své konvenční jazykové významy. Každý řečový akt vyžaduje existenci jistého institucionálního rámce a splnění tzv. podmínek úspěšnosti (*felicity conditions*).

V případě výpovědí v doslovném smyslu je mostem mezi stranou mluvčího a posluchače jejich společný jazyk:

Rozumět větě znamená pochopit její význam.

Význam je určený pravidly a tato pravidla stanovují i podmínky vyslovení věty.

Vyslovení věty, její mínění je věcí úmyslu přivést posluchače k tomu, aby věděl, že existuje určitý stav věcí, specifikovaný určitými pravidly, úmyslu přivést posluchače k tomu, aby rozpoznaly tyto věci prostřednictvím toho, že se přivede k rozpoznání úmyslu, na základě rozpoznání pravidel pro vyslovenou větu.

Věta poskytuje konvenční prostředek dosáhnutí úmyslu vyvolat určitý ilokuční účinek v posluchačovi.

(Searle 2007: s. 73)

## **2.1 Hlavní druhy řečových aktů podle Johna Searla:**

reprezentativní akty (příklad: tvrzení) – slova se přizpůsobují světu

direktivní (příklad: příkaz, prosba, přání) – svět se přizpůsobuje slovům, specifikuje budoucí akt adresáta

komisivní (příklad: slib) – zavazující akty – svět se přizpůsobuje slovům; záměr specifikuje budoucí akt mluvčího

deklarativní (příklad: vynesení rozsudku, jmenování do funkce) – propoziční obsah specifikuje nějaký institucionální stav

expresivní (příklad: vyjádření pocitu, blahopřání, omluva) – žádný směr přizpůsobení, mluvčímu nebo adresátovi se připisuje nějaká vlastnost

## **Příklady konkrétních řečových aktů z našeho výzkumného vzorku:**

### **1) Reprezentativní akty:**

„*Petr Dvořák se stal novým generálním ředitelem České televize.*“ (Události, komentáře 21.9. 2011)

„*Spisovatelka Irena Obermannová vydala knihu, která způsobila rozruch i rozpaky.*“ (Události, komentáře, 9.9. 2011)

„*Snímky o událostech, které psaly dějiny Latinské Ameriky, představí filmový festival La Revolución.*“ (Události, komentáře, 19.9. 2011)

„*No, Radek John si to evidentně myslí. Už vydal prohlášení, že je šokovaný, že se opakuje Sarajevo 2.*“ (Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)

### **2) Direktivní akty:**

„*Tak úplně vážně.*“ (Události, komentáře 9.9. 2011)

„*Řekněte ale, proč v těchto zemích probíhají revoluce tak dramaticky?*“ (Události, komentáře, 19.9. 2011)

„*Promiňte, vám to nepřipadá ta otázka logická?*“ (Události, komentáře, 20.9. 2011)

### **3) Komisivní akty:**

„*Připomínám, že článek 23 odstavec 5 kodexu České televize nám ukládá postupovat při informování o České televizi tak, jako bychom podávali informaci o jiné instituci nebo podniku.*“ (Události, komentáře 21.9. 2011)

„*Rozhodně nám nepřísluší řešit, zda paní Obermannová popisovala pravdu či ne.*“ (Události, komentáře, 9.9. 2011)

### **4) Deklarativní akty:**

„*Je to tedy spisovatelský kalkul?*“ (Události, komentáře 9.9. 2011)

„Je tedy Latinská Amerika odsouzena k jakési permanentní revoluci?“ (Události, komentáře, 19.9. 2011)

„Republikáni tedy nakonec nemohou couvnout a třeba i proto, aby si nenahněvali nižší příjmové skupiny.“ (Události, komentáře, 19.9. 2011)

„Paní Navrátilová, vy si nemyslíte, že řešením by byly předčasné volby?“ (Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)

### **5) Expresivní akty:**

„Česká televize, kterou tady reprezentuji já, je z toho také trošku rozpačitá.“ (Události, komentáře, 9.9. 2011)

„Stačí několik minut klidně, kdybyste to stanovisko řekl, budu rád samozřejmě.“ (Události, komentáře, 20.9. 2011)

„Ne, já to beru, že Česká televize se snaží monitorovat tu situaci, myslím, velmi pečlivě.“ (Události, komentáře, 20.9. 2011)

## **2.2 Řečový akt**

Jazyková výpověď z hlediska své ilokuční síly je určitým aktem, skutkem (skutkem informování, slibu, žádosti aj.). Ilokuční síla výpovědi může být explicitně indikována (performativně použitelnými slovesy a také substantivy od nich odvozenými - nadpisy Žádost, Poděkování, Protest) nebo může být výpovědi přisouzena jako výsledek interpretace (při referování), popř. se na ni lze ptát. Ve skutečných mluvních situacích je to nejčastěji kontext, který určuje, jaká je ilokuční síla promluvy, aniž by bylo nutné sáhnout k jiným nástrojům indikujícím ilokuční sílu.

Searle rozlišuje dva základní typy pravidel – regulativní a konstitutivní. Regulativní pravidla regulují již existující anebo nezávisle existující formy chování (například pravidla etikety regulují mezilidské chování). Konstitutivní pravidla nejen regulují, ale vytvářejí nebo definují nové formy chování, jejichž existence je závislá od pravidel (například pravidla fotbalu, šachu, atd.). (Searle 2007: s. 54)

Pět typů mluvních aktů odvodil John Searle z pěti způsobů, jakými se podle jeho teorie mysl může vztahovat ke světu a situoval teorii mluvních aktů – filosofii jazyka jako celistvou teorii pro rámce filosofie myšlení.

Zařazení mluvních aktů do souvislostí jednání – lidské interakce – doceňuje působení mimojazykových faktorů, tj. širšího komunikačního kontextu, v němž se řečové jednání zásadním způsobem projevuje a prostřednictvím tohoto jednání je možné deklarovat vztaženost znaku k uživatelům a komunikačním záměrům účastníků komunikace.

*„Je evidentní, že komunikace probíhající v rámci našeho společenství zdaleka přesahuje sféru významových přiřazení, v nichž se předem shodneme.“* (Koťátko: s. 201) a u Koťátka ne příliš překvapivé tvrzení, že *„musíme připustit rozmanitost způsobů determinace významů promluv, odpovídající rozmanitosti typu diskursu, resp. komunikativních situací. A hledáme-li obecný pojem významu promluvy, měl by být slučitelný s touto rozmanitostí, místo aby ji a priori redukoval.“* (Koťátko 1998: s. 204).

Kritikem Johna Searla na poli pragmatické analýzy řečových aktů a obecněji v teorii a filosofii jazyka byl Stephen SCHIFFER (2003). Schiffer nepostupoval jako Searle, tedy nezkoumal pragmatiku vymezením řečových aktů na základě propozičního obsahu a ilokuční síly. Rozebíral řečové akty a jejich uskupení jako větší celky a mluvil o jejich opakování a vytváření větších struktur. Hovořil o rekurzivnosti a kompozitnosti jazyka, které vysvětloval jako pojmy intencionální sémantiky. Schiffer definoval binární struktury, které uživatelé jazyka tvoří při komunikaci tak, že dávají lexikální složky do vztahů a vytváří kompozice, které následně pojmenovávají – výsledkem takového jednání je Schifferovo tvrzení, že význam promluvy nemusí být utvořen konvenčně, ale může být interpretován jinak mluvčím a jinak adresátem komunikace. Schiffer rozlišil dva typy predikátů – (1) orientované na stav mluvčího (subject oriented) a (2) slovesa, která připouštějí akceptaci propozice (object oriented). U druhých typů mluvních aktů propoziční charakter vyjadřuje snahu provést cosi nezávisle na očekávané propozici (rozkazy, předpovědi, vyprávění). U sloves, která se orientují na mluvčího jsou to zejména sliby, žádosti, promluvy týkající se propozice, intencionální promluvy. Schiffer a další teoretici jazyka ale hovoří o vysoké míře konformity členů jazykového společenství a konvencioanlizovaném užívání jazyka s cílem transparentnosti promluvy a především úspěšného výsledku komunikace (vyhnout se komunikačnímu šumu). (Schiffer 2003: s. 200-229)

Pro naši analýzu jsou závěry pragmatiky jazyka odrazovým můstkem: zabýváme se konkrétními promluvami, učiněnými v živém vysílání a budeme zohledňovat jak konvenční závislost užitého kódu na daném jazykovém prostředí, tak typologii řečových aktů a více dimenzí komunikace: verbální, neverbální složky. Důležitým východiskem zkoumání je také fakt, že moderátor by neměl manifestovat svůj osobní mentální stav a stanoviska k dané problematice – ideálně by měl moderátor reprezentovat zájmy veřejnosti a uplatňovat roli nestranného průvodce diskusí a relací.

Dalším současníkem Johna Searla je Paul GRICE. Postuluje termín tzv. konverzačních a konvenčních implikatur. Základem jeho teorie je rozlišení toho, co je v promluvě doslova řečeno a co je nepřímým způsobem v promluvě implikováno. Grice pracuje s faktem, že konvenční významy<sup>12</sup> určitých výrazů nám zprostředkují nepřímý význam. Vedle konvenčních implikatur mluví Grice o konverzačních implikaturách, které generují nepřímý význam komunikace a to díky kooperační povaze komunikace. Při komunikaci podle Grice respektujeme obecný princip komunikační spolupráce (snažíme se o maximálně efektivní výměnu informací). (Kořátko 1998: s. 95)

Pro naši analýzu jsme nezvolili jako oporu griceovskou ani schifferovskou sémantiku a analytickou filosofii jazyka z následujících důvodů: z hlediska komunikačních intencí moderátora by byla griceovská teorie konverzačních implikatur užitečná pravděpodobně více, protože transparentnost a efektivitu komunikace vyžadují jak moderátor, tak respondenti (účastníci debat) – respondenti ve studiu často chtějí užívat manipulativní či persvazivní komunikace, aby se vyhnuli pro jejich záměr nevyhovujícím odpovědím nebo stáčeli jádro komunikovaných obsahů takovým směrem, který je pro jejich zájmy žádoucí. To je důvod, proč se domníváme, že griceovská teorie není ideální pro tuto analýzu. Schifferova orientace na subjekt nebo objekt komunikace je opět zavržena, jelikož upřednostňujeme typologii Searlových řečových aktů a především několikeré rozlišení účelu komunikace: Searle sleduje komunikativní funkce (purpose of communication): vedle vyjádření mentálních stavů, které pro účely analýzy nesledujeme, Searle přichází s účelem zavázat mluvčího k nějakému jednání, dále učinit mluvčího odpovědným za pravdivost určité propozice a přimět adresáta k nějakému jednání. Především tyto funkce komunikace spadají do našeho studijního záměru a o tyto funkce propozice budeme opírat pragmatickou analýzu komunikačního stylu moderátorů pořadu Události, komentáře.

---

<sup>12</sup> „Přestože je filosof, je celkem zábavný.“ – implikatura: filosofové nebývají zábavní

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### **3. ANALÝZA ROLE MODERÁTORA VE VEŘEJNOPRÁVNÍM MÉDIU – STRATEGIE ARGUMENTACE PŘI VEDENÍ POŘADU**

*„Správce, vládce, krotitel, usměrňovatel. V rozhlasu a televizi průvodce pořadem, obvykle besedou nebo diskusí, který jej uvádí, řídí a prezentuje. Je prostředníkem mezi diváky a účastníky rozhlasového nebo televizního pořadu.“* (Osvaldová, Halada 1999: s. 107)

Moderátorská profese je syntézou několika dalších žurnalistických profesí – novinář v této sociální roli při své práci vykonává činnost redaktorskou, hlasatelskou, reportérskou i komentátorskou a někteří autoři mluví o činnosti režisérské a dramaturgické (Mistrík, Solík in Magal 2008: s. 110) Propojením několika profesí se zvyšují nároky na výkon profese moderátora – v našem případě, kdy se zabýváme pořadem vysílaným živě se klade na moderátory další úkol – a to vysoká profesionalita v oblasti interpretační a improvizací. Pokusíme se ukázat, že pro výkon tohoto povolání je nutná profesní kvalita, schopnost vyhodnocovat rešerše a výzkumy, literární zdatnost a smysl pro věcnost a maximální objektivitu. Předmětem naší analýzy je také moderátorova kompetence v oblasti užívání formalizovaných jazykových prostředků. Vzhledem ke kodexu ČT je objektivita pro publicistický pořad Události, komentáře prubířským kamenem.

Moderátor<sup>13</sup> je aktivním usměrňovatelem a prostředníkem mezi účastníky diskuse, právě on řídí průběh živě vysílané relace. Profese moderátora vyžaduje vysokou úroveň řečového projevu, schopnost zasahovat přímo do debaty, důvtip, umění improvizace a charisma. Moderátor by měl být schopen okamžitě vyřešit (společensky přijatelným způsobem) jakoukoliv neočekávanou událost, která může nastat. Mluvíme například o selhání techniky či lidského faktoru.

Žádoucí, ale domníváme se, že vždy problematičtější, je moderátorova nestrannost, zejména v etických, politických či kontroverzních tématech. Témata vyplývají z aktuálního dění, některá se opakují, protože se média k událostem vracejí, sledují jejich kontinuální vývoj. Do diskuse jsou zváni odborníci na dané téma, analytici, politici, profesionální

---

<sup>13</sup> V této studii mluvíme o moderátorech v televizi. Domníváme se, že je mnoho rysů této profese shodných s profesí moderátora v rozhlasovém vysílání. Komunikační prostředky verbální povahy přijímá jak divák televize, tak posluchač rozhlasu, avšak neverbální projevy a tvář moderátora zprostředkuje cílové skupině pouze televize. Předmětem naší analýzy je především verbální projev moderátorů, takže doporučujeme pro další rozšíření výzkumu dané problematiky analýzu verbálního projevu rozhlasových moderátorů – pro účely komparace a vyvození závěrů doporučujeme například pořad Ozvěny dne, který vysílá denně Český rozhlas 1 – Radiožurnál a disponuje podobnou časovou dotací, jako pořad Události, komentáře.

komentátoři, jak zmiňujeme výše. Existuje řada profesí, které jednotlivce připraví v oblasti komunikace s médii nebo vystupování v masmédiích. Vedle moderátora se ve studiu vystupují nejčastěji školení mluvčí a řečníci, kteří v médiích působí jako oficiální zástupci dalších institucí – ať už státních, nebo soukromých, záleží na tématu příspěvku.

Ve snaze o objektivitu, nestrannost a spravedlnost bývají k diskusi zváni zástupci rozdílných názorů, názorových proudů, politických stran, atd. Dohled nad obtížně kontrolovatelným nestranným výběrem a mírou veřejného zájmu by měla podle zákona vést Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Selektce hostů do jednotlivých relací probíhá před přípravou každé relace osobami odpovědnými za pořad Události, komentáře.

*„Vedle úvah o potřebách racionality komunikace nebo dialogu jsou neméně podstatné analýzy žádoucích nebo potřebných hranic přípustného ovládnání nebo řízení či manipulování v dialogu. Aktuálnost těchto analýz s takovou orientací je zdůvodněna zvyšující se rolí některých prostředků nebo médií, které usnadňují manipulace s účastníky komunikace nebo dialogu.“* (Tondl 1997: s. 42)

Každý z moderátorů si vytváří individuální moderátorský styl. Lze uvažovat o stereotypech jazykového projevu (jedním z nejčastějších stereotypů je stavba otázky a způsob jejího položení) a jednání v organizačních pasážích pořadu i v diskusních částech (kde můžeme mluvit o spontánním projevu a reagenzi moderátora na vzniklou komunikační situaci).

*„Ale teď jsme slyšeli důvod.“* (Události, komentáře: Drtinová 14.9.2011)

*„Tak pánové, oběma děkuji za komentář a přeji hezký večer, nashledanou.“* (Události, komentáře: Veselovský 1.9.2011)

*„Stačí několik minut klidně, kdybyste to stanovisko řekl, budu rád, samozřejmě.“* (Události, komentáře: Železný 20.9.2011)

Pokusíme se demonstrovat, jaké komunikační strategie a jazykové i suprasegmentální prostředky moderátoři volí, nalézt pravidelnosti a učinit z nich závěry. Metodou pragmatické konverzační analýzy transkriptů diskusního pořadu České televize Události, komentáře vymežíme principy argumentace (persuase, agresivita) moderátorů s ohledem na svobodu rozhodování či prospěch příjemce komunikace (hosta pořadu). Technika sběru dat pro analýzu byla následující: z mediálního archivu Newton Media Search jsme získali transkripty jednotlivých relací z období září 2011 a duben 2011 a na webových stránkách České televize



jsme v archivu pořadu Události, komentáře našli videozáznamy těchto relací. Výzkumný vzorek byl studován s cíli, které uvádíme v úvodní kapitole.

Zvolená metoda, pragmatická analýza, umožňuje studovat řečové jednání ve specifickém prostředí. Cílem práce je analýza konkrétního typu komunikace, která je medializována a působí na veřejnost. V práci se pokoušíme nabídnout sondu do tvůrčího typu rétorické aktivity ve veřejnoprávním médiu v současném českém jazykovém prostředí. Z důvodů uvedených v kapitole o filosofii Johna Searla využijeme poznatky jeho teorie řečových aktů, rozlišíme typologii výpovědí (užité TOKENS) a pokusíme se odhalovat funkci konkrétních promluv s využitím poznatků searlovské pragmatiky jazyka. Jsme si vědomi toho, že může být výběr výzkumného vzorku nereliabilní, ale pro účely naší práce a vzhledu do problematiky je dostačující. Snažíme se postupovat tak, abychom dodrželi stanovené cíle s možnostmi, které máme.

Moderátor, který je pro diváka zprostředkovatelem (a zároveň jedinou tvář celého tvůrčího týmu, který zůstává „skryt za kamerou“) vysílaných obsahů musí dbát na to, aby byly podávány důvěryhodné informace a obsah debat zůstal v normách serióznosti a slušnosti. Žádoucí, ale domníváme se, že vždy problematičtější je moderátorova nestrannost, zejména v etických, politických či kontroverzních tématech. Témata vyplývají z aktuálního dění, některá se opakují, protože se média k událostem vrací, sledují jejich kontinuální vývoj. Domníváme se, že role moderátora spočívá také ve schopnosti spojovat „staré“ informace s novými a schopnosti vysvětlovat informace (i výroky respondentů) divákům – což logicky vyžaduje vysokou schopnost generalizace, odborné vyjadřování a stylizaci řečového projevu. V této práci sledujeme moderátorovu komunikační sféru, ale je nutné poznamenat, že v televizním vysílání bezpochyby hraje roli i vzhled a vystupování moderátora – ten pro diváka funguje jako „tvář“ celého tvůrčího týmu a jeho poslání je nejen vysvětlovat, ale poutat diváka k obrazovce. Moderátor udržuje účinkující v napětí, řídí diskusi, která mnohdy přechází v polemiku. Osvaldová a Halada (1999: s. 108) uvádějí základní požadavky na dovednosti moderátora: musí dbát na jednoznačnost svých výpovědí, stručnost, systematický projev a dodržování stanoveného času k dosažení cílů diskuse. Vzhledem k tomu, že se autoři, jejichž publikace citujeme, se prakticky shodují v definicích moderátorské role, rozhodli jsme se ověřovat podle těchto kritérií, zda v našem výzkumném vzorku nalezneme konkrétní řečové akty, které by odpovídaly teoretickým rámcům a předpokladům uvedených autorů.

Ve snaze o objektivitu, nestrannost a spravedlnost bývají k diskusi zváni zástupci rozdílných názorů, názorových proudů, politických stran, atd. Dohled nad obtížně kontrolovatelným nestranným výběrem a mírou veřejného zájmu by měla podle zákona vést Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a sama instituce Česká televize musí dbát na dodržování pravidel, která shrnuje Kodex ČT<sup>14</sup>.

V kapitole Závěr shrneme naše poznatky o moderátorském komunikačním stylu a navrhneme možná vylepšení moderátorského stylu – tím, že se pokusíme nalézt poruchy ve verbální komunikaci a budeme hledat prostředky, jak se takových „chyb“ vyvarovat a podpořit kvalitu, míru objektivitu a transparentnost debat ve studiu pořadu *Události, komentáře*. Vzhledem k probíhajícím změnám v České televizi připojíme komparaci moderace pořadu z období před nástupem nového ředitele (září 2011) a období po změnách (duben 2012), které nový management prosazuje. Předmětem zkoumání jsou výše naznačené otázky týkající se způsobů, jakými moderátoři dosahují srozumitelnosti a navozují jednoznačné výpovědi ze strany respondentů.

### **3.1 Rétorika, řečová kultura a umění argumentace v roli moderátora**

*„Látkou rétoriky se stává především to, co staří autoři nazvali disputatio in utramque partem – řeč, která podněcuje kladení otázek a odhalení jádra sporu, jehož řešení se hledá prostřednictvím řeči.“* (Kraus 2008: s. 17) Pluralitní povahu sociální komunikace postindustriálního věku, chceme-li informační společnosti, charakterizuje víceznačnost výpovědí o světě. Ta je způsobena tím, že komunikace se odehrává prostřednictvím *„sociálně a institucionálně zatížených symbolů“* (Kraus 2010: s. 15). Nahlédneme-li na problém optikou filozofa Michela FOUCAULTA (Foucault 2007: s. 258), můžeme mluvit o střetu diskursů - způsobů uvažování a vyjadřování se o něčem (autonomní významy). V této diplomové práci však vycházíme z pojetí diskursu Světlany ČMEJRKOVÉ a Jany HOFFMANOVÉ (2011: s. 18), které diskurs definují následovně: *„Diskursy jsou obsahově, tematicky a jazykově vymezené, sociálně institucionalizované a situačně zasazené formy textu.“*

V případě naší studie se jedná o komunikační situaci, která je živě přenášena (proces mediace) v televizním vysílání veřejnoprávní televize. Moderátor nejedná pouze za sebe, na své riziko, ale jedná jménem množiny lidí, či instituce, jejíž je součástí. Za výsledek relace se

---

<sup>14</sup> Česká televize: Preambule a výklad pojmů [online]. 2012. vyd. 2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

zodpovídá a řídí se příslušnými předpisy (kodexem ČT a zákonem o České televizi). Člověk, který zastupuje veřejnoprávní instituci, musí potlačit osobní názory, hrdost a emoce. „*Delegovaný člověk musí i za těchto krajně nepříznivých a nedůstojných okolností klidně komunikovat a argumentovat, i když si může být jist, že tazajícimu o žádné vysvětlování nejde a veškeré vlivné objasňování složitosti problému je zcela marné.*“ (Klapetek 2008: s. 70) Lutz HAGEN (2007: s. 25) sleduje v mediální komunikaci fenomén, který označuje jako informační kvalita. Informační kvalita podle tohoto autora může být hodnocena na základě relevance, přesnosti, transparentnosti a vyváženosti zpravodajských sdělení. Základní zásady vysílání, na kterém se podílí celý tým odborných pracovníků, před diváky reprezentuje (co se jazykového projevu týče) moderátor.

Podoba a průběh relace, včetně diskusí s respondenty, kteří přicházejí do studia nebo jsou ve spojení se studiem prostřednictvím dalšího komunikačního kanálu, je ovlivněna právě komunikačními schopnostmi moderátora. „*Záměrem moderujícího novináře bývá přimět osobnost veřejného života, zejména politika k formulaci jednoznačné odpovědi na zadanou otázku a k zaujetí stanoviska často velmi sporného, zatímco politik, kdyby záleželo jen na něm, by zpravidla rád využil příležitosti k tomu, aby plédoval pro svoji politickou stranu a pronesl projev na téma, jež se jemu jeví výhodné.*“ (Čmejková, Hoffmanová 2011: s. 84)

Domníváme se, že ač je proces mediace moderátorského diskursu a role moderátora vysoce institucionalizovaným a sociálně vymezeným procesem komunikace, vyvstává problém kompetencí jednotlivých moderátorů – rádi bychom tímto textem přispěli do diskuse o socioprofesionální skupině moderátorů veřejnoprávní televize a poukázali na problémy a základní požadavky, které tato profese vykazuje.

### **3.2 Argumentační styl moderátora – eristická dialektika, manipulace, persvaze**

Předmětem naší analýzy je charakteristika institucionalizovaného diskursu, který ve své profesi vykonávají moderátoři komentovaných analytických pořadů. Zaměřujeme se na otázku, zda je komunikační styl jednotlivých moderátorů výsledkem míšení a střetu různých stylů, či je možné mluvit o jednom osobitě dialogickém stylu jako hodnoty tvaru a celku. Dialogy charakterizujeme z hlediska konfrontačnosti, zdvořilosti, nestrannosti. Pragmatickou analýzou transkriptů a videozáznamů se pokusíme hledat souvislou linii a argumentační styl moderátorů, abychom ověřili jejich schopnosti usměrňování dialogů a vedení pořadu.

Akteři debaty k tomu užívají logiky, jazykovědy, sociologie, staví na poznacích a zkušenostech všeobecného mínění. V mluveném dialogu argumentaci dotváří i její implicitní složka. Pragmatiku jazyka lze charakterizovat jako obor, jenž s mediálním diskursem pracuje jako s prvkem, který vytváří dynamickou rovnováhu mezi mnoha sémiotickými systémy<sup>15</sup>.

Za argumentaci můžeme považovat soubor tvrzení, jakými jsou myšlenkové a řečové struktury složené z východisek a z nich vyplývajících závěrů. Předpokladem je relevance premis pro zdůvodňovaný záměr. (Kraus, 1998: s. 29 ). Cílem řečníků je prezentovat určité tvrzení tak, aby si adresát z něho sám mohl odvodit tvrzení jiné (inference) – zejména takové, které je se záměry a zájmy mluvčího v souladu. Záměrem je tedy adresáta dovést k tomu, aby platnost předkládaných názorů přijal nebo alespoň připustil.

V realizovaných výpovědích konkrétních komunikačních situací se v případě kontextu komunikace v televizním diskusním pořadu snažíme dosáhnout nějakého cíle u adresáta – to, jak formulujeme svou výpověď, ovlivňuje proces dekodování – moderátor chce informovat, ale i přesvědčit respondenta, aby odpověděl, či se vyjádřil k nějaké problematice, která je předmětem diskuse. Moderátorovým cílem je informaci získat, přimět respondenta k vyjádření či jednoznačnému stanovisku. Miroslav GREPL (1995: s. 584) shrnuje smysl výpovědi v závislosti na kontextu komunikace: základní složky výpovědi jsou obsah (co se říká) a komunikační funkce (proč, za jakým cílem).

Moderátor jako podklady pro svou argumentaci nejčastěji využívá výroky odborníků a komentáře s faktickými informacemi (statistiky a průzkumy veřejného mínění), dále výroky politiků, dřívější výroky účastníků diskuse, aj. Jak je výše zmíněno, k efektivizaci průběhu dialogu slouží především moderátorova obeznámenost s tématem a hlubší vhled do problematiky daného tématu – ač se moderátor připravuje a na produkci relace se podílí celý tým profesionálů, ráz a konečnou podobu sdělení určuje právě a pouze moderátor. Moderátorovu roli podle našich závěrů nelze vykládat prostřednictvím tzv. eristiky. Eristická dialektika, tedy umění účinného vedení sporů (zejména těch, které se odehrávají na veřejnosti), se stala předmětem zájmu voluntaristy Arthura SCHOPENHAUERA (1994). Schopenhauer vymezuje eristiku jako schopnost diskutovat takovým způsobem, aby člověk vždy dokázal svou pravdu (Schopenhauer 1994: s. 25). Filosof uvádí ve své publikaci o dialektice, že samotná pravda nestačí a je nutné ji prosadit. Schopenhauer mluví o dvou

---

<sup>15</sup> Předkládaný text studuje komunikační projev moderátorů včetně neformálních jazykových a dalších výrazových prostředků.

modech eristické argumentace: protivníkovu tezi je možné popřít dvěma cestami, dvěma mody: *modus ad rem* (k jádru věci, k tématu) a *modus ad hominem* (k člověku – ve výpovědi využíváme něčeho, co se týká protivníka). Argumentační linie se poté rozděluje opět na dvě cesty: vyvrácení argumentu protivníka můžeme dospět cestou přímou nebo nepřímou. V přímém vyvrácení argumentu se zaměříme na popření tvrzení v jeho příčině, v nepřímém tvrzení se zaměříme na následky. Schopenhauer shrnuje svůj výklad tím, že přímé tvrzení poukazuje na to, že tvrzení (výpověď, konkrétní řečový akt) není správné a nepřímý argument poukazuje na to, že není možné, aby bylo tvrzení správné.

Diskuse výjimečně získá „eristický charakter“ - je možné využít prvky eristiky, řekněme, eristické strategie. K. SZYMANEK (2003: s. 126) upozorňuje na to, že by v moderátorské úloze měla být základním vybavením právě znalost eristiky, aby moderátor byl schopen rekognoskovat manipulativní a úskočnou argumentaci. Debaty nabývají eristického charakteru ve chvíli, kdy se protistrany snaží popřít a neuznat argumenty druhého mluvčího. Ač je znalost účinného vedení sporů pro účastníky diskuse v pořadu Události, komentáře velice důležitá, domníváme se, že moderátor by měl pouze rozpoznat eristické strategie a umět se s nimi vyrovnat prostřednictvím správného a logického usměrnění diskuse v pravý čas. Především by měl intuitivně ohodnotit situaci a díky důkladné přípravě vědět, kdy protistrana reaguje tvrzeními, které vykazují známky lži či manipulace.

*„Pane ministře, řekněte mi, jak souvisí rozpočet státu na příští rok s církevní dohodou o restitucích.“* (Události, komentáře: Drtinová, 14.9.2011)

*„Tak, pane ministře, abychom se do toho nezapletli. Podle ministra financí zkrátka vyrovnání s církvemi není legislativní realitou, to je to, o čem mluvím a ptám se na tu souvislost.“* (Události, komentáře: Drtinová, 14.9.2011)

*Na to jsem se vás neptala. Já jsem se vás ptala na to, čím vás vláda tak naštvává, že se s ní nemůžete ani bavit, a že nemůžete chodit ani na jednání tripartity?* (Události, komentáře: Drtinová 25.4.2012)

Přesvědčovací komunikace má cíl změnit a ovlivnit myšlení člověka o dané problematice. Přesvědčivost komunikace je z hlediska naší analýzy zajímavá proto, že o síle a konečném působení tohoto typu komunikace rozhodují i mimojazykové znaky – zejména celkové působení a vizuální dojem konkrétní osoby na adresáta komunikace, mimo jiné i emoční stránka sdělení, neverbální znaky a další velice obtížně měřitelné faktory (důvěryhodnost, autorita osobnosti, zvyky a tradice dané kultury). Szymanek (2003: s. 241)

shrnuje persvazivní komunikaci pod následující definicí: „*speciální metody užívání apelů, sugescí určitých hodnocení, argumentů, jakož i formulování persvazivních komunikátů pomocí promyšleně vybraných jazykových prostředků, v záměrně aranžované situaci, za pomoci různých činitelů, které mají zesílit jejich ovlivňovací sílu.*“

Presvědčovací argumentaci nalézáme především u hostů a účastníků debat v pořadu Události, komentáře. Klapetek (2008: s. 20) hovoří o takové komunikaci, jejímž cílem je změna myšlení druhé osoby. Autorova věrohodnost, autorita a emotivita – to mají být prvky, které posílí efektivitu persvaze. Úkolem novináře – moderátora má být odhalovat persvazivitu v komunikovaných řečových aktech respondentů a upozorňovat na ni. Níže uvedeme, jakými prostředky je možné docílit transparentnosti komunikace a „očistit“ výroky respondenta od manipulativních sdělení. Moderátor by měl být schopen autoritativního projevu, příměru a podobenství i extrapolace promluvy tak, aby usměrnil a stimuloval diskusi směrem k objektivní a srozumitelné debatě.

*„K roku 1986. Proč až tehdy, po tolika letech existence a činnosti Jazzové sekce, proč až tehdy StB rozhodla, že bude Jazzová sekce rozprášena a její vedení bude pozatýkáno?“*  
(Události, komentáře: Veselovský 2.9.2011)

*„Rozumím, pane Srpe.“* (Události, komentáře: Veselovský 2.9.2011)

Moderátorovou snahou je nabývání významu, odhalení manipulativní komunikace - která má za cíl zneurčitění stanovisek a názorů recipienta komunikátu. Moderátor nutně musí odhalovat takové řečové akty respondentů, jejichž cílem je místo srozumitelnosti navození nejistoty. Můžeme mluvit snad o dorozumění, srozumívání a snaze po kooperaci v komunikaci. Jak zmiňujeme výše, existují ale odborníci na komunikaci a na navozování nejistoty a neurčitosti (spin doctors).

### **3.3 Vedení diskuse v televizním vysílání – institucionalizovaná verbální agresivita**

*„Aby mohlo být dosaženo určitého komunikačního cíle, je nezbytná alespoň základní znalost technologií tvorby otázek a k nim adekvátních odpovědí na obou stranách.“* (Půlpán 1997: s. 9) Moderátor uplatňuje silné stránky své osobnosti a koncentruje se na podstatné úkoly: musí činit efektivní rozhodnutí a maximálně zužitkovat přidělený čas. Moderátor musí zvládnout přivést diskusi do vytyčeného cíle prostřednictvím významově propojených po

sobě kladených otázek. Jeho role také spočívá v tom, aby usměrnil respondenty, kteří jsou hosty dílčích relací, k vyjádření a zaujetí konkrétních stanovisek, k vysvětlení svých postojů a názorů srozumitelnou formou. Půlpánova definice moderátorského stylu je pro nás výchozím bodem – chceme zdůraznit znalost optimálního řešení téměř jakéhokoli vyvstalého problému a koncentraci na podstatné části debaty a významové provázanosti.

Formální povaha dialogu v pořadu U,K předurčuje jeho podobu a průběh. Domníváme se, že osobnost moderátora může ovlivnit komunikační strategie a míru agresivity, což se pokusíme demonstrovat na příkladech. Předmětem případové studie je popis strukturování dialogu, s důrazem na jazykové prostředky a nástroje, které aplikuje moderátor v praxi vedení dialogu. Pokusíme se připravit výčet jazykových prostředků, které jsou užívány moderátory a interpretovat jazykovou charakteristiku dialogického textu v komunikační praxi. Zvláštní pozornost bude věnována stavbě otázek, prostředkům zdvořilosti při usměrňování dialogu z hlediska společenského chování a agresivitě moderátorů z hlediska komunikačních cílů.

*„Já vás tlačím do konkrétní odpovědi.“ (Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)*

*Ale stále jste neodpověděla konkrétně. V čem byla ta chyba, proč to nešlo, proč jste nebyly schopné prosadit svůj názor, pokud byl odlišný? (Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)*

Výpovědi tvoří relativně uzavřené, samostatné celky významové a syntaktické. Vyššími jednotkami dialogického textu jsou pak replikové sekvence - jednotlivé repliky lze, optikou teorie řečových aktů – vnímat jako znaky (TOKEN). Kromě minimální sekvence – replikové dvojice (např. otázka – odpověď), nejsou vymezeny více určitě. Všeobecně řečeno, replikové sekvence řeší určitý komunikační úkol. Dialogický text se člení i do dalších, rozsáhlejších jednotek. Jsou to jednak jednotky motivované funkčně, jednak jsou to tematické bloky, úseky dialogu, které vyčerpávají jednotlivá jeho témata. Členěním jiného druhu je členění na fáze textu: úvodní, středovou a koncovou. V naší analýze zaměřujeme pozornost na problematiku komunikační strategie moderátora: sledujeme, jak prostřednictvím užití konkrétních slov a frází lze uplatnit různé strategie ve vedení rozhovoru a hledáme prvky agresivity či netransparentní a neefektivní řečové akty.

### **3.3.1 Stereotypy jednání moderátorů s důrazem na jazykové vyjadřování**

Tento text si neklade za cíl analyzovat Události, komentáře – denně vysílanou publicistickou a zpravodajskou relaci z hlediska změn obsahových (nové studio, grafika,

dynamická kamera, atd.), ale především se zaměříme na to, zda nastaly změny formální – změny ve způsobu vedení pořadu z hlediska moderátorského stylu.

Vzhledem k tomu, že v Událostech, komentářích se medializuje, řekněme, názorová žurnalistika, je význam kvality tohoto pořadu veřejnoprávní televize značný. Aktéři hlavních událostí dne a odborníci, kritici a zasvěcení lidé zde vystupují (živě, po telefonu nebo přes online spojení se studiem) a vyjadřují svá subjektivní stanoviska k událostem, které byly produkčním týmem (a především gatekeepery – editor, dramaturg, moderátor) pořadu Události, komentáře zvoleny, aby byly podrobeny analýze. Domníváme se, že pořad Události, komentáře je prostorem, kde může být relativně nová událost veřejného života poprvé mediálně „rámována“ – ve smyslu formování a narativní konstrukce. I to je významným motivem k naší analýze, abychom zaměřili pozornost mediálních studií na význam takových relací, kde může respondent silně formovat a stimulovat veřejné mínění. Právě v tuto chvíli hraje moderátor velice významnou úlohu při odhalování manipulativní či lživé a neetické rétoriky.

V živém vysílání moderátor interpretuje předem připravené texty, avšak značná část jeho produkce je založena na osobité schopnosti improvizace, opírající se o široký všeobecný přehled. Variabilita témat a relativně omezený čas na přípravu (události se dějí v průběhu dne a mnohdy jen několik hodin, minut před začátkem relace) určují charakter a náročnost profese moderátora. Chceme se zaměřit na to, jaké řečové akty slouží moderátorovi k usměrňování debat a z výsledků studie připravit soubor vzorců, charakteristik a norem, které by mohly reflektovat komunikační strategie pro argumentaci v moderátorské roli.

Při ověřování hypotéz a vyhodnocování dodržování zásad objektivního informování jsme zvolili následující kritéria: vyváženost (tj. zejména, zda ve vysílání dostali k prezentaci svých postojů, názorů a záměrů přiměřený prostor všichni respondenti, kteří se účastnili té které debaty); nestrannost informování (tj. zejména nezaujatost komentátorů a moderátorů politických diskusí); informační úplnost, konkrétnost, přesnost a korektnost<sup>16</sup>.

V průběhu přípravy a rešerše materiálů, které slouží jako výzkumný vzorek této práce, došlo (21. září 2011) k volbě nového generálního ředitele České televize, kterým se stal Petr

---

<sup>16</sup> Možnosti jedné diplomové práce jsou omezené a náš vzorek je velmi malou sondou, výsledky studie by ale mohly vykazat závěry, které by bylo nutné dále ověřovat při dalším, navazujícím výzkumu. Tato studie si klade cíle umožnit čtenáři pochopit aspekty moderátorské práce a na poli mediálních studií - především poskytnout ucelený soubor charakteristik novinářské profese v konkrétním typu medializovaného diskursu se zaměřením na argumentační dovednosti moderátora a specifikaci, typologii řečových aktů, které jsou pro usměrňování dialogů v relaci Události, komentáře užity moderátorem.



Dvořák (bývalý ředitel konkurenční neveřejnoprávní české televize Nova). V důsledku nového personálního obsazení managementu České televize dochází k řadě změn, transformací. Zpravodajské relace a další publicistické pořady České televize od počátku roku 2012 procházejí, vypůjčíme-li si marketingový termín, *rebrandingem*<sup>17</sup>. Česká televize mění kromě obsahu vysílání i formu, pořadí a styl prezentace hlavních událostí dne. Pořad, který je předmětem naší analýzy, vysílá jak stanice ČT1, tak zpravodajská ČT24.

Člověk zastupující instituci, v našem případě veřejnoprávní televizi, je nucen přizpůsobit se tzv. zpravodajským rutinám a hodnotám. Profesionální moderátor se musí vzdát subjektivního hodnocení a emotivních projevů. Musí potlačit osobní hrdost a přesvědčení. I za krajně nepříznivých a nedůstojných okolností musí být schopen klidně komunikovat a argumentovat.

Moderátor si osvojí vhodné formy startu, stimulace, šíření a ovládnutí dialogu a z těchto se následně stávají stereotypy, kterých využívá pro standardní průběh komentovaných událostí. Každá relace Událostí, komentářů je zahájena úvodním slovem moderátora, který divákům představí aktuální téma pořadu, uvede tematický blok a zpravidla iniciuje dialog s respondentem – cílem této komunikace je konkrétní komunikační úkol. Rozsah a časová dotace jednotlivých tematických bloků závisí na rozhodnutí produkčního týmu a relevanci daného tématu.

#### a) úvod, přivítání a formality; iniciační otázka k tematickému bloku

„*Spisovatelka Irena Obermannová vydala knihu, která způsobila rozruch i rozpaky. ... Hostem je Jiří Peňás, vedoucí rubriky Lidových novin, dobrý večer.*“ (U,K: Železný 8.9. 2011)

- vedlejší věta předmětná, která obsahuje hodnocení (*rozruch, rozpaky*)

- představení hosta, uvítací formule

„*Je podle vás fenomén revoluce v Latinské Americe opravdu tak odlišný od toho, co známe třeba z našich evropských podmínek?*“ (U,K Železný: 9.9. 2011)

---

<sup>17</sup> Rebranding – změna firemní značky za novou. Vytvoření nové marketingové a prodejní strategie, redesign.

„Proč přichází pan prezident Obama s návrhem na vyšší zdanění bohatých, tedy s tím, čemu se říká milionářská nebo možná miliardářská daň, když je zjevné, že republikáni jsou proti a že to tedy bude velmi složité prosadit?“ (U,K Železný: 19.9.2011)

„Pane Gorale, proč jste si vybrali otázku soužití Čechů a Romů, je to podle vás teď hlavní palčivé téma v české společnosti, pokud se týká etnických konfliktů.“ (U,K Železný: 20.9. 2011)

„Hraje dnešní návštěva vysokých západních státníků, francouzského prezidenta a britského premiéra důležitou roli pro vývoj Libye, nebo je to spíš symbolické gesto?“ (U,K: Drtinová 15.9. 2011)

„Jak silný hráč je Turecko v regionu?“ (U,K: Drtinová 15.9. 2011)

„Faktický rozpad vládních Věcí veřejných v přímém přenosu, zvláště když se ke Karolíně Peake jednotlivě hlásí i další poslanci, kteří ji chtějí následovat. Bude jich dost, aby vláda mohla pokračovat? Jakých otřesů budeme ještě svědky? Budeme se ptát v dnešních Událostech, komentářích, právě začaly. Dobrý večer. Tak a ve studiu už vítám místopředsedkyni Věcí veřejných, poslankyně Dagmar Navrátilovou. Dobrý večer.“ (Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)

Obecně lze shrnout postup uvedení do tematického celku následovně: moderátor uvede téma ve studiu 3-5 větami a poté následuje reportáž. Po reportáži se moderátor vrací k tématu ve studiu s jedním, či dvěma odborníky živě. Po formálním přivítání hosta následuje první obecná a komplexní otázka, tvrzení. Moderátor dodržuje stereotypní strukturu pořadu a zahájí dialog položením otázky směrem k prvnímu z respondentů a následně vede a stimuluje diskusi ve prospěch spravedlivé prezentace jednotlivých názorů.

#### b) usměrňování dialogu a přechody k jinému aspektu diskutované tematiky

„Rozhodně nám nepřísluší řešit...“ (Události, komentáře 8.9. 2011)

- distancování se od soudu či hodnocení prostřednictvím příslovce a slovesa

„A je obvyklé...“ (Události, komentáře 8.9. 2011)

- navázání na předchozí větu respondenta spojkou, která uvozuje otázku

*„Tak úplně vážně...“ (Události, komentáře 8.9. 2011)*

- usměrnění dialogu do více formální roviny

*„Zájem o chvíle vynesení rozsudku byl dnes opravdu velký. Soudní síň se zaplnila do posledního místa. Atmosféra byla ale až na výjimky klidná.“ (Události, komentáře: Drtinová 13.4.2012)*

*„No, a do studia jsme samozřejmě zvali taky představitele Věcí veřejných, ale za celý dne jsme od nich nezískali na pozvání žádnou odezvu. Paní předsedkyně, jak mění tento podle mnohých průlomový verdikt vládní koalici?“ (Události, komentáře: Drtinová 13.4.2012)*

- vysvětlení, proč se diskuse neúčastní zástupce koaličního partnera, strany Věci veřejné

*„Premiér, pojďme zpět k současnosti. Premiér říká, že důležité je dodržování vládního programového prohlášení, nikoli jeden odsouzený poslanec. Má jeden takový shodit vládu?“ (Události, komentáře: Drtinová 13.4.2012)*

- výzva moderátorky, upřesnění zájmu a cíle debaty

Moderátor při vedení diskuse musí umět spontánně reagovat na respondentovy výpovědi. Zpravidla navazuje na odpověď mluvčího – užitím spojovacích nebo odporovacích jazykových prostředků (spojky, příslovce) a rozvíjí v dalším tázání další aspekty diskutované problematiky. Ve chvíli, kdy úroveň dialogu kolísá nebo se vzdaluje od tématu diskuse, použije moderátor takové jazykové prostředky, které umožní navrátit se do zvolené tematické oblasti. Dále po celou dobu dialogu dbá na udržování vysoce formální roviny a společensky přijatelné formy dialogu. Přesto je možné mluvit o jistých prvcích agresivity a moderátorovy intence ostře utnout promluvu respondenta – moderátorova sociální role je vedoucí, jeho úloha spočívá ve vedení a usměrňování diskuse a někdy musí přistoupit k agresivnější reakci či přímému ukončení respondentova projevu, aby se řeč vyvíjela podle záměrů moderátora a tvůrčího týmu České televize.

*„Česká televize je z toho také, kterou tady reprezentuji já, také trošku rozpačitá.“ (U,K Železný: 9.9. 2011)*

*„K tomu se dostaneme, k těm volbám. Ale ještě když jsme u republikánských argumentů – co říci na tento jejich argument, který může znít logicky?“ (U,K Železný: 19.9. 2011)*

„Vy už jste to naznačil...“ (U,K Železný: 19.9. 2011)

„Promiňte, vám to nepřipadá ta otázka logická?“ (U,K Železný: 20.9. 2011)

„Ne, já to беру, že Česká televize se snaží monitorovat tu situaci...“ (U,K Železný: 20.9. 2011)

Stereotypní mohou být i způsoby tvorby závěrů, shrnutí dosažených výsledků diskuse či konsensu, ač moderátor pracuje s vysoce variabilními tématy, u nichž nelze nalézt společné prvky. Ustálené jazykové obraty a slovní spojení (viz případová studie) fungují jako moderátorovy nástroje pro řízení cílově orientovaného dialogu během pořadu. Záchytnými body jsou pro moderátora připravený scénář, který běží na obrazovce čtecího zařízení, pokyny z režie a minutový plán průběhu jednotlivých relací. Přes častý výskyt stereotypních jazykových prostředků a řečového jednání se musí moderátor spolehnout na své schopnosti improvizace a umět spontánně reagovat na neočekávaný vývoj v průběhu strukturované diskuse. V případě technických potíží (např. při využití komunikačních technologií pro spojení s respondentem v zahraničí, atd.) je moderátor připraven užít dalších zavedených stereotypů pro vyřešení nenadálé situace.

c) shrnutí, bilance, výčet a sumarizace toho, co respondent v rozhovoru uvedl

„Je to tedy spisovatelský kalkul?“ (U,K: Železný 8.9. 2011)

- dekodování – *spisovatelský kalkul* jako sémiotický znak jisté aktivity, intence

„Čili prvoplánově je to nekorektní?“ (U,K: Železný 20.9. 2011)

- shrnutí a bilancování – slovo nekorektní má jisté konotace, kterými moderátor shrnuje výpověď respondenta o tématu

„Je to tedy více realita převedená na divadelní prkna, anebo je to divadelní představení se všemi atributy...“ (U,K: Železný 20.9. 2011)

Bilancování, které přichází v konečné fázi dialogu, určuje schopnost porozumění a rétorické dovednosti respondenta. Míra porozumění je závislá na tématu a času, který je příspěvku věnován. Moderátor se snaží ovlivnit diskusi tak, aby zůstala vyvážená, dává prostor všem respondentům. V závěru přistupuje k takovým jazykovým prostředkům, aby

dovedl diskusi do finální fáze a donutil samotné respondenty k sumarizaci a shrnutí toho, co bylo řečeno.

#### d) závěr, rozloučení, poděkování – formality a opuštění tematického bloku

„Poslední věc...“ (U,K: Železný 8.9. 2011)

- závěr rozhovoru je předznamenán jednoznačným výrokem, anticipace ukončení tematického bloku

„Děkuji Vám, že jste přišel, nashledanou.“ (U,K: Železný 8.9. 2011)

- formální ukončení dialogu

„Pánové, děkuji vám oběma, že jste přišli do dnešních Událostí, Komentářů. Děkujeme nashledanou.“ (U,K: Železný 20.9. 2011)

Formální ukončení dialogu je značně stereotypní. Zde hledisko agresivity ustupuje a moderátorova intence je jediná – ukončit rozhovor a opustit téma co nejsrozumitelněji shrnující výpovědi a poděkováním. Na vybraných replikách – řečových aktech jsme na několika konkrétních příkladech ukázali, jak je veden rozhovor a jaké jazykové prostředky jsou stereotypně užívány ke stimulaci a rozvíjení dialogu.

### **3.4 Neverbální kódy užití při živém vysílání**

V krátkém exkurzu do non-verbální komunikace se pozastavíme nad sémiotickými systémy, které mohou ovlivňovat transparentnost, průběh a dynamiku komunikačního procesu.

Moderátoři jsou profesionálními reprezentanty veřejnoprávní instituce. Produkční tým mediálních organizací sestává i s profesionálů v oblasti stylingu a image, tedy před vysíláním je moderátor upraven tak, aby působil korektně a esteticky nenarušoval vizuální recepci mediálních obsahů. Tj. moderátoři společně se stylisty volí vhodné oblečení a účes s cílem vytvořit adekvátní image osoby moderátora. Styl oblékání lze také vnímat jako formalizovaný komunikační projev moderátorů. Primární dojem, kterým moderátor na publikum působí, je právě vizuální – za účelem dosažení vysoké míry serióznosti jsou moderátoři vždy precizně upraveni a nalíčení.

Další non-verbální kód, který hraje roli ve vysílání je gestika moderátora. K podpoření svých argumentů může při výkladu i debatách užívat ruce jako „doprovodné“ nástroje – gesty sděluje neverbálně určitá stanoviska a podporuje verbální sdělení působením společensky přijatelných gest. Moderátor prostřednictvím neverbální komunikace udržuje kontakt s respondenty ve studiu, stejně tak – například udržováním očního kontaktu s divákem – s publikem.

Gestiku, ale i mimiku si moderátoři osvojí praxí. Pořad Události, komentáře dává z hlediska postuologie a proxemiky moderátorům jen minimální prostor na variabilitu pohybů a vysoce formalizovaný a institucionalizovaný průběh každé relace jasně určuje pravidla a způsoby neverbální komunikace.

Zajímavým momentem a výzvou pro moderátory je neverbální komunikace respondentů, kteří jsou pozváni do relace. Několikrát se stalo, že hosté vysílání se nonverbálně zachovali tak, aby vzbudili pozornost diváka (svléknutí košile nebo vstyk a odchod ze studia), nebo dokonce šokovali diváka a tím narušili formalizovaný chod relace. Úlohou moderátora je v neočekávaných situacích reagovat pružně a podle společenských norem usměrnit respondenta, aby se choval v rámci norem společenského chování.

### **3.5 Další verbální sdělení užitá při vysílání**

Další složkou konečného mediálního produktu jsou texty na obrazovce, které se mění během vysílání – tzv. headlines a další textové komentáře (pomocí textu, který je zobrazen na obrazovce v určitých momentech vysílání, je divákovi zprostředkováno po konkrétní dobu určité sdělení, které má informativní funkci). Headlines zjednodušují a pomáhají k roztřídění jednotlivých částí pořadu, doplňují informace, které přečte moderátor ze čtecího zařízení – slouží ke komplexitě a srozumitelnosti informace, kterou má přijímat divák.

V současnosti je možné zaznamenat několik inovací, v souvislosti s novým „transformačním“ pojetím a prezentováním pořadu – produkční tým volí nová média, především sociální sítě jako komunikační platformy pro oslovení, avíza a sebeprezentace před publikem. Další formy interaktivity využívají tvůrci pořadu k získání reflexe a hodnocení od publika, stejně jako snahy o zapojení diváků do vysílání. Během pořadu jsou diváci textovými sděleními, která se objevují na obrazovce vyzýváni, aby se zúčastnili online hlasování či se zapojili do tematické diskuse, kterou poskytuje webová stránka pořadu Události, komentáře.

## **ZÁVĚR**

Předmětem naší analýzy byla mluvená publicistika jako svébytná forma medializovaného diskursu. Zabývali jsme se moderátorskou rolí, socioprofesionálními aspekty tohoto povolání, s důrazem na studium verbálních projevů a konkrétních řečových aktů, které jsou užívány v moderátorském komunikačním stylu.

Cílem studia moderátorského diskursu bylo zaměřit se na jazykové schopnosti, kompetence a vybavenost moderátorů z hlediska hájení veřejného zájmu – vycházíme ze zákona o České televizi a Kodexu ČT<sup>18</sup>. Dále jsme se pokusili problematizovat institucionální úlohu veřejnoprávní televize v demokratickém systému (s ohledem na nástup nových komunikačních platforem). Zaměřili jsme studii na konkrétní techniky a strategie moderátorského diskursu – zkoumali jsme, jak moderátor dociluje navození jistoty a srozumitelnosti, spolupráce a minimalizace manipulativní či persvazivní komunikace.

Objektivita a hledisko vyváženosti (spravedlivé řízení diskuse a rovnoměrný prostor pro všechny respondenty daného tematického bloku) byly předmětem analýz vysílaných relací pořadu Události, komentáře. Na výzkumném vzorku transkriptů a videozáznamů pořadu jsme sledovali v několika případových studiích mediální obsahy z měsíce září 2011 a dubna 2012.

Z hlediska formy a obsahu moderátorské argumentace a vedení rozhovorů jsme se zaměřili na ověření následujících hypotéz:

- (1) Argumentační styl moderátora je vystavěn na nejvyšší možné míře srozumitelnosti.*
- (2) Medializovaný moderátorský diskurs využívá všechny typy řečových aktů (filosofie jazyka – teoretická koncepce Johna Searla) k dosažení nejvyšší možné míry komunikační spolupráce moderátora a respondenta v rovině transparentnosti komunikace a vysoké míry porozumění.*
- (3) Moderátor se snaží efektivizovat komunikační proces dialogu v živé relaci prostřednictvím neustálého upřesňování a konkretizování významu promluvy.*

---

<sup>18</sup>Česká televize: Preambule a výklad pojmů [online]. 2012. vyd. 2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

*(4) Moderátor se snaží odstranit jakékoli náznaky neurčitosti a manipulace s adresátem komunikovaného obsahu.*

V kapitole o řečových aktech Johna Searla a komunikační praxi studovaných komentátorských pořadů jsme ukázali, že moderátorský projev disponuje (alespoň co se týká našeho výzkumného vzorku) všemi typy řečových aktů. Tím jsme verifikovali i druhou hypotézu, která je uvedena v předchozím odstavci. V rovině transparentnosti komunikace a za cílem porozumění jsou užívány nejrůznější výzvy ze strany moderátorů s cílem k usměrnění respondentů a uplatnění možnosti stimulovat diskusi směrem k co nejvyšší možné míře srozumitelnosti. Závěrem naší analýzy je tvrzení, že jsme našli v transkriptech pořadů zastoupení všech typů řečových aktů s nejvyšším zastoupením reprezentativních řečových aktů, další v pořadí byly direktivní a komisivní akty, následovaly deklarativní a nejméně bylo užito expresivních řečových aktů.

Nalezli jsme řadu řečových aktů, které je možné použít k verifikaci třetí hypotézy této práce (o efektivizaci komunikačního procesu): moderátoři lpí na přesných informacích a k získání dalších podrobností o konkrétních tématech užívají mnohdy agresivních forem komunikace – využívají svých znalostí problematiky a souvislostí, které aplikují při verbální řízení a usměrnění debaty.

Dopustí-li se host nepřesností, moderátoři ho opravují a mnohdy zpochybňují jeho argumenty vyřčením faktických informací, které popírají tvrzení respondenta. V takové chvíli je možné mluvit o eristické dialektice, přesto se domníváme, že eristika není jedinou a primární strategií moderátorů. Eristická dialektika má složitější pravidla vedení logických sporů. U témat, která jsou celospolečenská a názory na danou problematiku jsou vysoce pluralitní, pravděpodobně nelze dohledat jedné konkrétní odpovědi, jedné pravdy. I v takových, řekněme kontroverzních otázkách, musí umět moderátor striktně usměrňovat respondenty a musí obstát jako zástupce veřejnoprávní instituce.

Jsme si vědomi toho, že tato studie je pouze malou sondou do světa moderátorského diskursu. Domníváme se však, že veřejnoprávní televize by měly být neustále pod drobnohledem nejen konkurenčních médií, ale také akademické obce a občanů. Má-li veřejnoprávní médium plnit funkce, které mu stanovuje právní úprava, musí být tvůrčí tým publicistických pořadů tvořen profesionály, kteří jsou jak jazykově vybaveni, tak kulturně a všeobecně vzděláni. Naším záměrem bylo ověřovat moderátorské strategie k vedení a stimulaci diskuse, dále způsoby vedení pořadu a hledat prvky agresivity a argumentační



modely. Každý moderátor a každá změna ve formě vysílání se na konečném mediálním produktu podepisuje do značné míry. My se pokoušíme shrnout poznatky o umění moderace ve specifickém mediálním diskursu a dospíváme k názoru, že úloha moderátora je zásadní, protože právě on je ve chvíli vysílání prostředníkem mezi publikem (veřejností) a aktéry politické scény nebo odborníky, komentátory a jinými hosty pořadu Události, komentáře. Právě moderátor ovlivní výslednou podobu pořadu (mediálního sdělení) – i on může být tím, kdo se podílí na formování a rámování určité události.

Ač se setká s různými respondenty, měl by vždy dbát na profesionální a seriózní projev, reprezentovat zájmy publika a zůstat nestranným. Z naší analýzy vyplývá, že moderátoři se snaží o dosažení maximální míry srozumitelnosti – odstranění nejasných formulací formou dalších pomocných otázek, čímž verifikujeme první hypotézu. Otázky, které jsou kladeny z důvodů upřesnění či výzvy k respondentům, aby se postavili na nějakou stranu, či zvolili jasné stanovisko – to vše vede k budování vysoké míry transparentnosti komunikace a efektivního a srozumitelného dialogu. Ač nelze mluvit o spolupráci (každý respondent přichází do studia s různými komunikačními záměry a cíli), moderátor využívá stereotypních a ustálených jazykových výrazů ke stimulaci diskuse a směřuje ji tak, aby bylo možné shrnout debatu několika výpověďmi, které uzavrou dané téma a poslouží jako odpovědi na otázky, které moderátor kladl v úvodu diskuse či celé relace. Právě stereotypní jazykové chování (včetně použití metakomunikace za účelem upřesnění) při vedení pořadu nás vede k potvrzení hypotézy tři a čtyři.

Vzhledem k tomu, že veřejnoprávní televize se podílí na veřejném a politickém životě naší společnosti, domníváme se, že je nutné studovat kompetence moderátorů a jejich roli při stimulaci veřejného mínění. V publicistickém pořadu Události, komentáře denně vystupují profesionální moderátoři, jejichž zásadou musí být tzv. informační kvalita (Hagen 1998: s. 25), vytrvalost a vysoká míra etiky. Proces vytváření jednotlivých relací vyžaduje kolektivní spolupráci, avšak výsledný produkt ovlivní do značné míry právě moderátor. Ač má každý z moderátorů osobitý styl moderace, jsme toho názoru, že moderátorský styl vykazuje určité konvenční prvky konkrétního tvaru a celku – lze mluvit o stereotypech a modelech, které se řídí zásadami transparentnosti, přesnosti, vyváženosti a relevance. Vztah mezi ilokučním aktem a intencí moderátorova projevu je řízen právě co nejvyšší mírou efektivity komunikace a ovlivňuje proces dekodování mediálního sdělení. Funkčně motivované tematické bloky vždy řeší určitý komunikační cíl a moderátor musí disponovat vysokou mírou rozhodnosti a

korektní verbální agresivity. Institucionalizovaná stavba otázek, strukturace pořadu a prostředky zdvořilosti jsou základními stavebními kameny moderátorského diskursu.

Dalším úkolem předkládané studie bylo vyhledávat chyby, kterých se moderátoři dopouštějí. Nejčastěji dochází k chybám ve slovosledu ve větách. V návaznosti na obtížnost a nároky, které jsou na moderátora kladeny ve formě živého vysílání, je nepřesný slovosled v improvizovaných řečových aktech do jisté míry akceptovatelný. Přesto bychom doporučili, aby tento nedostatek byl zlepšován a upozaděn jasnými a srozumitelnými výroky. S nepřesným slovosledem, který nedodrží pravidla českého jazykového vyjadřování, souvisí i častý úkaz nedokončených vět – zde musí umět moderátor důrazně vystupovat tak, aby mu respondenti nevstupovali do jeho projevu a nechali ho dokončit. Pravděpodobně se někdy stalo, že moderátor na okamžik znejistěl a výpověď nedokončil, čehož může šikovný manipulátor využít a formovat další výpovědi ve svůj prospěch. Opět bychom se zaměřili na zdokonalení projevu moderátorů, i v této oblasti.

*„Tak my si teď pustíme ještě jeden synchron, ještě, ještě jednu výpověď Karolíny Peake.“*  
(Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)

*„A vy co preferujete?“* (Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)

*„Razantní řešení znamená co? Odchod do opozice nebo.“* (Události, komentáře: Klepetko, 17.4.2012)

*„Vládní představitelé někteří říkají, že je za tím vaše podpora ČSSD, abyste vystupňovali právě tlak veřejnosti, tlak na předčasné volby, které by podle průzkumů vyhrála právě ČSSD zřejmě.“* (Události, komentáře: Drtinová, 25.4.2012)

*„A chcete mi říci, že se o tomto vůbec s politiky z ČSSD nebavíte, o tom, jaké plánujete protesty, jakým směrem by...“* (Události, komentáře: Drtinová, 25.4.2012)

Vzhledem k tomu, že funkce veřejnoprávního média je i vzdělávací, je třeba upozornit na další diskursivní nešvar moderátorů pořadu Události, komentáře. Jako chybu či nepřilíš profesionální vystupování bychom uvedli užívání floskulí. Musíme konstatovat, že všichni moderátoři při projevu v relaci inklinují k užívání slov, které nemají téměř žádnou funkci a slouží pouze jako berličky při spontánním jazykovém projevu. U moderátorů Veselovský a

Drtinová nelze mluvit o nadužívání floskule, která by projev degradovala, ale u nového moderátora Klepetka je znát velice časté užívání slova „no“.

*„No, a za pozornost děkuji i vám, vážení diváci, hezký večer a zítra v Událostech, komentářích na shledanou.“* (Události, komentáře: Klepetko 17.4.2012)

Dílčím cílem naší práce byla komparace pořadu po změnách v managementu ČT (a změně moderátorů). Publicistika jako jedna z forem žurnalistického diskursu se musí vyrovnávat s nástupem nových médií a konkurenčních platforem komunikace. Sociální funkci dialogu v demokracii však nepodceňujeme, a tak sledujeme i změny, ke kterým přistoupilo vedení a tvůrčí tým pořadu. Je pravdou, že po uvedení několika změn uplynul teprve kalendářní měsíc. Přesto si dovolíme shrnout několik poznatků o změnách v této relaci (ač se Česká televize zaměřila na novou image pořadu Události, i v námi studované relaci byly uvedeny některé nové prvky). Ze závěrů naší analýzy vyplývá, že změny, které avizovala Česká televize nejsou tak velkolepé a očividné. V relaci Události, komentářů je nový moderátor: odešel Jakub Železný a nastoupil Bohumil Klepetko. Klepetko se adaptuje na nové prostředí a jako bývalý moderátor Události si musí zvykat na interaktivitu a improvizaci charakter nové pozice. Na jeho projevu je znát, že se teprve sžívá s novou rolí (ač v minulosti působil jako moderátor pořadu „21“, což je předchůdce Události, komentářů). Klepetko chybuje, často hledá v materiálech konkrétní otázky a nepůsobí – na rozdíl od Veselovského a Drtinové dostatečně sebevědomě. Jeho korektní agresivita v jazykovém projevu nepůsobí přirozeně. Co se týká formy, při analýze videozáznamů jsme zaznamenali snahu o větší dynamiku (kamera a nové způsoby snímání moderátora i hostů); částečně se změnilo i studio. Přesto je pro pořad tohoto typu zásadní obsahová stránka: a zde se v zásadě nic nemění – vedoucí úlohu má moderátor, který komunikuje s publikem a posléze řídí debaty s respondenty.

Má-li tato práce přispět do diskuse o veřejnoprávní televizi v České republice, měla by čtenáře inspirovat k dalším rozšiřujícím výzkumům v této oblasti. Závěrem bychom se chtěli pokusit o modelové doporučení pro charakteristiky osobnosti moderátora: moderující by měl být schopen přispívat k co nejvyšší možné míře transparentnosti a efektivity komunikačních cílů jednotlivých tematických bloků svou připraveností a vytrvalostí, etickou vyzrálostí. I přes to, že jsme při studiu výzkumného vzorku potvrdili všechny hypotézy, je třeba důsledně studovat nové formy komunikace a znovu se zamýšlet nad intencionalitou řečového chování zástupců veřejnoprávní televize.

Moderátor by měl především zabránit jakýmkoli projevům manipulativní a persvazivní rétoriky, kterou by měl být schopen rozpoznat. K tomu mu slouží celý systém jazyka a všechny typy řečových aktů (Searle 2007). Co se týká profesních kvalit moderátora, shodujeme se s autory, ze kterých čerpáme (Čmejkrová, Hoffmanová 2003 a Hagen 1998): moderátor musí odhlédnout od svých osobních názorů a stanovisek a hájit objektivní zájem veřejnosti, být schopen improvizace a verbální agresivity ve chvílích, kdy je třeba diskusi usměrnit, ukončit nebo změnit její směřování. Komunikační strategie a umění argumentace v medializaci komentátorského pořadu Události, komentáře je nosným pilířem podoby výsledných mediálních obsahů, které denně sledují desítky tisíc diváků a dále jsou k dispozici online dalším publikům. Česká televize by měla dbát na to, aby v tomto pořadu pracovali ti nejpopulárnější a pravidelně kriticky hodnotit jejich projev z hlediska variability a smysluplnosti komplexní práce jednotlivých moderátorů.

## **SUMMARY**

Mass media are very important element of social life in Western society. In connection with the advent of new communication platforms we see the need to redefine the role of public service media, led by television. The Western world is currently facing not only the economical crisis, but also the established commercial media systems show issues to be resolved. Through the study of communication strategies and skills of moderators of public television in Czech Republic we wanted to contribute to the debate on public service media as an cultivating element of the media market. Our analysis shows that the role of moderator in this type of program is essential and the art of reasoning in this socio-professional role determines the quality and effectiveness of communication publicized.

## **BIBLIOGRAFIE**

### **Monografie**

AUSTIN, J. *Jak udělat něco slovy*. Z angl. orig. přel. A. Bakešová aj. 1. vyd. Praha: Filosofia, 2000, 176 s. ISBN 0009-5795-0.

BERKOWITZ, Daniel A. *Cultural meanings of news: a text-reader*. Thousand Oaks: Sage, 2011, xxii, 408 s. ISBN 978-1-4129-6765-5.

ČMEJRKOVÁ, S. a HOFFMANOVÁ, J.: *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2011, 491 s. ISBN 9788020019707.

ECO, U.: *Teorie sémiotiky*. přel. Marek Sedláček. Praha: Argo, 2009. Vyd. 2. ISBN 978-80-257-0157-7.

FOUCAULT, M.: *Slova a věci*. Brno: Computer Press, 2007. 309 s. ISBN 978-80-251-1713-2.

HAGEN, L.: *Massenmedien in der Marktwirtschaft – Mass Media in the Market Economy*. UVK Verlag – Ges, 2007. 350 s. ISBN 3896-6959-40.

KLAPETEK, M.: *Komunikace, argumentace a rétorika*. Praha: Grada Publishing, 2008. 247 s. ISBN 978-80-247-2652-6.

KOŤÁTKO, P.: *Význam a komunikace*. Praha: Filosofia, 1998. 294 s. ISBN 80-7007-117-6

KRAUS, J.: *Rétorika a řečová kultura*. 2. dopl. vyd. Praha: Karolinum, 2010. 192 s. ISBN 978-80-246-1829-6.

KRAUS, J.: *Rétorika v evropské kultuře*. Praha: Karolinum, 1998. 182 s. ISBN 80-200-0659-1

LASSWELL, Harold Dwight a Nathan LEITES. *Language of politics: studies in quantitative semantics*. 2nd printing. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1965, vii, 398 s.

LEVINSON, Paul. *The soft edge: a natural history and future of the information revolution*. London: Routledge, 1998, xviii, 257 p. ISBN 0415197724.

LOUW, E.: *The Media and Political Process*. London: Sage Publications, 2005. 313 s. ISBN: O-7619-4084-7.

McLUHAN, H., M.: *Člověk, média a elektronická kultura: výběr z díla*. Vyd. 1. Brno: Jota, 2000. 415 s. ISBN 8072171283.

McLUHAN, H., M.: *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Marshall McLuhan. Vyd. 1. Praha: Odeon, 1991. 348 s. ISBN 8020702962.

MORRIS, Ch.: *Signs, language and behaviour – an original, important contribution to semantics*. New York: Braziller, 1946. xii. 364 s.

PŮLPÁN, Zdeněk. *K problematice vágnosti v humanitních vědách*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1997, 151 s. ISBN 80-200-0648-6.

SEARLE, J.: *Rečové akty*. Bratislava: Kaligram, 2007. 283 s. ISBN 978-80-7149-892-6.

SEARLE, John R. *Mind: a brief introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2004, 326 s. ISBN 0195-1573-46.

SEARLE, J.: *Mysel, jazyk, společnost*. Bratislava: Kaligram, 2007. 192 s. ISBN 80-7149-893-9.

SEARLE, J., R.: *Freedom and neurobiology: reflections on free will, language, and political power*. New York: Columbia University Press, c2007, 113 p. ISBN 978-0231-5105-54.

SCHIFFER, S.: *The Things We Mean*. New York: Clarendon Press, 2003. 362 s. ISBN 0-19-925776-0.

SCHOPENHAUER, A.: *Eristická dialektika čili Umění dostat v každé debatě za pravdu*. 2., upr. vyd. Brno: "Zvláštní vydání", 1994, 83 s. ISBN 80-85436-26-4.

TONDL, L.: *Dialog. Sémiotické rozměry a rozhraní dialogu*. Praha: Filosofia, 1997. 214 s. ISBN 80-7007-092-7.

TRAMPOTA, T.: *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

### **Vědecká kompendia, sborníky, slovníky**

BEDNAŘÍK, P. - JIRÁK, J. - KÖPPLOVÁ, B.. *Dějiny českých médií : od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha : Grada, 2011. 439 s. ISBN 978-80-247-3028-8.

ČECHOVÁ, M. a KOLEKTIV AUTORŮ. *Čeština - řeč a jazyk*. Praha: ISV, 2000. 2. přepracované vydání. 406 s. ISBN 80-85866-57-9.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008, 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.

*Encyclopedia of new media: an essential reference to communication and technology*. Edited by Steve Jones. Thousand Oaks: SAGE Publications, c2003. xi, 532 s. ISBN 0761923829.

GALTUNG, J., RUGE, M.H. (1999): *The Structure of Foreign News*. In TUMBER, H. *News: a Reader*. Oxford: Oxford University Press.

GREPL, M. a KARLÍK, P.: *Příruční mluvnice češtiny*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 1995, 799 s. ISBN 80-7106-134-4.

JIRÁK, J. - KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. 1. vyd. Praha : Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

KASHER, A.: *Language in Focus –Foundations, Methods and Systems in Memory of Yehoshua Bar-Hillel*. Dordrecht: Reydell Publishing Company, 1976. 695 s. ISBN 90-277-0644-1.

MAGÁL, S. - MISTRÍK M., SOLÍK, M.: *Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia: zborník z vedeckej konferencie s medzinárodnou účasťou, ktorá sa konala v dňoch 31. marca a 1. apríla 2008*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2008, 339 s. ISBN 978-80-8105-072-5.

McQUAIL, D.: *Úvod do teórie masovej komunikácie*. Praha: Portál, 1999. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

OSVALDOVÁ, B.-HALADA, J. (a kol.): *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Libri, Praha 1999. ISBN 80-85983-76-1.

SZYMANEK, K.: *Umění argumentace: terminologický slovník*. 1. české vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003, 392 s. ISBN 80-244-0699-3.

### **Elektronické zdroje**

MATAL, Oldřich. John R. Searle: *Od mluvních aktů k sociální realitě* [online]. Katedra filosofie MU Brno [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: [http://profil.muni.cz/01\\_2004/matal\\_searle.html](http://profil.muni.cz/01_2004/matal_searle.html)

Transkripty: *Udalosti, Komentáře* (měsíc září 2011 a měsíc duben 2012): *Mediasearch: Mediální archiv* [online]. Newton Media, 2011-2012 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://mediasearch.newtonit.cz/login.php?r=%2Findex.php&m=-10>

ČESKÁ TELEVIZE: *Udalosti, komentáře* [online]. 1996-2012. 2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1096898594-udalosti-komentare/2147-tym-udalosti-komentaru>

## Normy a zákony

ČESKÁ TELEVIZE. Zákony a pravidla: *Etický panel* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/eticky-panel/>

ČESKÁ TELEVIZE. Kodex ČT: *Etický panel a závěrečná ustanovení* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/eticky-panel-a-zaverecna-ustanoveni/>

Zákon 231/2001 Sb. *Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání*. Praha: Parlament České republiky, 2001. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/texty/zakon-231-2001/>

Zákon 493/1 Sb. *Zákon o České televizi*. Praha: Česká národní rada, 1991. Dostupné z: <http://img9.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf?verze=2012-04-30-21:41:52>