

[desky]

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Bakalářská práce

2012

Alena Neubauerová

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky

Alena Neubauerová

**Any Questions? – diskusní pořad BBC Radia
4 (analýza formátu se zaměřením na
specifika rozhlasové diskuse jako
publicistického žánru)**

Bakalářská práce

Praha 2012

Autor práce: **Alena Neubauerová**

Vedoucí práce: **PhDr. Josef Maršík, CSc.**

Rok obhajoby: 2012

Bibliografický záznam

NEUBAUEROVÁ, Alena. *Any Questions? – diskusní pořad BBC Radia 4 (analýza formátu se zaměřením na specifika rozhlasové diskuse jako publicistického žánru)*. Praha, 2012. 40 s (bez přílohy). Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Josef Maršík, CSc.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou formátu pořadu BBC Radia 4 s názvem *Any Questions?*. Cílem této práce je popsat dialogické žánry, které se v této publicistické rozhlasové debatě vyskytují, a způsob, kterým plní svůj komunikační účel. Teoretická část práce popisuje tyto žánry v obecné rovině. Tento popis vychází z odborné literatury, jejíž seznam je uveden na konci této práce. Knihy použité pro reference jsou jak v českém, tak anglickém jazyce, terminologie a členění daných žánrů se však vždy přizpůsobuje kontextu české žurnalistiky. Teoretická část práce se také zabývá popisem BBC jako médiem veřejné služby, jež tento pořad produkuje a jehož zásadami se daný pořad také řídí. Poté přistupuje k popisu vzniku samotného pořadu, a to jak k popisu výběrů hostů a lokací pořadu, tak k roli moderátora v diskusi a také úspěšnosti jeho komunikace s posluchačem. Tato část čerpá jak z odborné literatury, tak z emailové komunikace s jednou z produkčních pořadu *Any Questions?*. Praktická část pak představuje jednu konkrétní epizodu daného pořadu, na níž je provedena bližší jazyková analýza. Práce obsahuje také transkript dané epizody vytvořený autorkou této práce, na který praktická část práce neustále odkazuje a který v praxi demonstruje obecné jazykové poznatky o vedení veřejných diskusí.

Abstract

This BA thesis is concerned with the analysis of *Any Questions?*, a BBC Radio 4 programme. Its goal is to describe the dialogue genres that are used in this radio broadcasted public debate, and also to describe the way in which these genres fulfil their communicative function. The theoretical part of this thesis describes the above-mentioned genres as they are regarded in the context of Czech journalism. (Although the literature used for references is in both Czech and English, the terminology is always adjusted to suit the Czech journalistic environment.) This part also describes BBC as a public service medium, since the environment in which the programme is produced significantly influences its contents. Finally, this part describes the production of the programme as such: it deals with the selection of guests and locations of the programme, and also with the role of the presenter of the discussion and with the extent to which the programme is successful regarding the communication with the audience. (This part is, among others, based on the electronic correspondence with one of the producers of the programme). The practical part of the thesis then presents one concrete episode of the given programme, which is further analysed from the linguistic point of view. The thesis also presents a transcript of this episode that has been made by the author of the thesis in order to demonstrate the general rules according to which public discussions are guided.

Klíčová slova

***Any Questions?*, BBC, Radio 4, diskuse, publicistika, dialogické žánry**

Keywords

***Any Questions?*, BBC, Radio 4, radiobroadcasted debate, dialogue genres**

Rozsah práce: 80 911 znaků s mezerami

Prohlášení

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

V Praze dne 17. května 2012

Alena Neubauerová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Josefu Maršíkovi, CSc. za jeho cenné rady a pomoc při psaní této práce.

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Neubauerová Alena	Razítko podatelny: <table border="1"><tr><td colspan="2">Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne: - 9 -06- 2011</td><td>-1-</td></tr><tr><td>Cj: 10974 Příloh: 1</td><td>Skartování boje:</td></tr><tr><td colspan="2">Přijímáno:</td></tr></table>	Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		Došlo dne: - 9 -06- 2011	-1-	Cj: 10974 Příloh: 1	Skartování boje:	Přijímáno:	
Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd									
Došlo dne: - 9 -06- 2011		-1-							
Cj: 10974 Příloh: 1		Skartování boje:							
Přijímáno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2009									
E-mail diplomantky/diplomanta: allyn@email.cz									
Studijní obor/typ studia: žurnalistika/prezenční									
Předpokládaný název práce v češtině: Any Questions? – diskusní pořad BBC Radia 4 (analýza formátu se zaměřením na specifika rozhlasové diskuse jako publicistického žánru).									
Předpokládaný název práce v angličtině: Any Questions? – a BBC Radio 4 debate programme (analysis focused on the specific features of the broadcast debate as a journalistic genre).									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012) LS 2011/2012									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Bakalářská práce se bude zabývat analýzou formátu pořadu BBC Radia 4 s názvem Any Questions?. Práce nejprve popíše charakteristiky daného žánru v obecné rovině, poté se bude věnovat charakteristice tohoto konkrétního pořadu (jakým způsobem jsou vybíráni hosté, témata a lokace, jakou roli hraje moderátor pořadu, v jaké míře je do pořadu zapojen či do jaké míry je pořad úspěšný z hlediska komunikace s posluchačem). Nakonec práce provede srovnání těchto dvou předchozích kapitol a na jeho základě uvede závěrečné shrnutí.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod <ol style="list-style-type: none">1. Dialogické formy rozhlasové publicistiky a jejich uplatnění v diskusním pořadu2. Charakteristika pořadu BBC Radia 4 Any Questions?<ol style="list-style-type: none">2.1 Výběr hostů2.2 Výběr témat2.3 Výběr lokace2.4 Role moderátora v diskusi2.5 Komunikace s posluchačem3. Analýza charakteristik Any Questions? ve srovnání s obecnými charakteristikami diskusního pořadu Závěr									
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován): Pořad BBC Radia 4 s názvem Any questions? bude zkoumán na cca deseti jeho epizodách (příslušné epizody i jejich transkripty jsou dostupné na internetových stránkách BBC)									
Postup (technika) při zpracování materiálu: Kvantitativní obsahová analýza									

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

Crook, T. *International Radio Journalism: History, Theory and Practice*. London: Routledge, 1998.

Kniha zkoumá standardy uplatňované při tvorbě programů největších světových rozhlasových stanic, mezi jinými i BBC. Soustředí se jak na pravidla stylistiky, tak na etiku nebo technická či právní hlediska tvorby programu.

Hendy, D. *Radio in the Global Age*. Cornwall: T.J. International Limited, 2000.

Kniha se zabývá specifiky rozhlasu jako média v globální éře, především způsoby, kterými vytváří své pořady a komunikuje s posluchačem. Také zkoumá jeho vlastnosti a jeho kulturní význam.

Maršík, J. *Úvod do teorie rozhlasového programu*. Praha: Karolinum, 1995.

Kniha učí chápat specifika rozhlasové tvorby v celé její šíři: představuje jednak dramaturgii a tvorbu pořadů, jednak instrumenty a způsoby, které se využívají k modelování sdělovaného obsahu.

Maršík, Josef. *Trendy žánrové struktury rozhlasového zpravodajství a publicistiky*. Praha: Matfyzpress, 2004.

Kniha zkoumá rozhlasové žánry ve spojení s érou, ve které se vyskytují: popisuje změny žánrové struktury, které jsou podmíněny změnami společenskými, technickými nebo technologickými.

Muellerová, O., Hoffmannová, J. *Kapitoly o dialogu*. Praha: Pansofia, 1994.

Kniha definuje dialog z několika hledisek (například historického) a také ho zkoumá skrz jeho praktického uplatnění: v našem případě jde o jeho uplatnění v rozhlasové publicistice.

Diplomové 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)

Na UK nebyly za posledních pět let obhájeny žádné práce na toto nebo blízké téma.

Datum / Podpis studenta/ky

9.6.2011



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

(s doporučením) navrhnout strukturu a techniku zpracování materiálů

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.

MARŠÍK JOSEF

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

9.6.2011


Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

ÚVOD.....	2
PŘEDMLUVA.....	2
1. DIALOGICKÉ FORMY ROZHLASOVÉ PUBLICISTIKY A JEJICH UPLATNĚNÍ V DISKUSNÍM POŘADU.....	4
2. CHARAKTERISTIKA POŘADU BBC RADIA 4 ANY QUESTIONS?.....	5.
2.1 <i>Charakteristika BBC jako instituce veřejné služby.....</i>	<i>5</i>
2.2 <i>Výběr hostů do pořadu Any Questions?.....</i>	<i>16</i>
2.3 <i>Výběr témat do pořadu Any Questions?.....</i>	<i>16</i>
2.4 <i>Výběr lokací pořadu Any Questions?.....</i>	<i>18</i>
2.5 <i>Role moderátora v diskusi.....</i>	<i>18.</i>
2.6 <i>Komunikace s posluchačem.....</i>	<i>19</i>
3. ANALÝZA CHARAKTERISTIK ANY QUESTIONS? VE SROVNÁNÍ S OBECNÝMI CHARAKTERISTIKAMI DISKUSNÍHO POŘADU.....	23
3.1 <i>Analýza konkrétních aspektů epizody pořadu Any Questions? odvysílané 12. srpna 2011.....</i>	<i>26</i>
ZÁVĚR.....	36
SUMMARY.....	37
POUŽITÁ LITERATURA.....	39
SEZNAM PŘÍLOH.....	41
PŘÍLOHY.....	42

Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou formátu Any Questions?, diskusního pořadu BBC Radia 4. Pro detailní analýzu pořadu byla vybrána jedna jeho epizoda, pro hlubší porozumění formátu pořadu však autorka této práce vyposlechla přibližně deset náhodně vybraných epizod. Výběr epizody k detailní analýze se řídil kritérii, která si určila sama autorka a se kterými byl vedoucí práce plně seznámen. Tato kritéria byla následující: epizoda by se měla věnovat tématu týkajícího se situace, jež by byla snadno pochopitelná i pro posluchače žijícího mimo Velkou Británii. Daná epizoda by také měla představovat téma, které je ze žurnalistického hlediska zajímavé i pro zahraničního pozorovatele a které se již v zahraničních médiích s největší pravděpodobností také objevilo. Právě pro tyto důvody byla autorkou této práce vybrána epizoda odvysílaná 12. srpna 2011, věnující se pouličním nepokojům a rabování ve čtvrtích města Londýna. Ty byly jednou z největších událostí léta nejen pro Velkou Británii, ale také pro celý svět.

Jako metoda vedení práce je v tezi této bakalářské práce uvedena kvantitativní obsahová analýza: v průběhu psaní se však tato předpokládaná metoda ukázala jako nevhodná z hlediska své náročnosti, jež by vyžadovala větší prostor, než je ten určený práci bakalářské. Kvantitativní obsahovou analýzu tedy nahradila analýza obsahová: ta se věnuje jak žánrům užívaným při tvorbě publicistického pořadu obecně, tak jazykovým prostředkům užívaným jednotlivými panelisty a moderátorem. Pro teoretický popis obou těchto rovin byly použity publikace, jejichž kompletní seznam se nachází na samém konci této práce. Tento teoretický popis je posléze doplněn praktickými poznatky získanými z poslechu dané epizody: v některých případech následuje i srovnání těchto dvou s důrazem na případné rozdíly.

Předmluva

Analýzu formátu rozhlasové diskuse jsem si vybrala kvůli zájmu o rozhlas jako o všudypřítomné médium, které stále oslovuje velký počet lidí. Pořad BBC Radia 4 mi navíc umožňuje poznat, jak vypadá britský diskusní pořad (popřípadě do jaké míry se liší od svého českého ekvivalentu), a také uplatnit znalost angličtiny při jeho analýze. Při internetovém vyhledávání navíc nebylo zjištěno, že by na toto téma byla v minulosti zpracována nějaká bakalářská nebo diplomová práce. V odborné literatuře je BBC jako médium veřejné služby velmi často analyzována: existuje mnoho publikací, které se

věnují všem aspektům fungování BBC a které je možné použít při psaní práce, jež popisuje formát jednoho z jejích pořadů. Samotným pořadem Any Questions? se však žádná z těch publikací, které jsem jako autorka této práce vyhledala na internetu, nezabývá. To je důvodem, proč je teoretická část této práce postavena především na popisu BBC, speciálně pak BBC Radia jako média veřejné služby, a dále pak na obecném popisu žánrů a jazykových prostředků užívaných v publicistických pořadech. Praktická část pak využívá poznatky získané při samotném poslechu daných epizod pořadu Any Questions?. Pro lepší porozumění praktické části obsahuje práce i transkript jedné epizody. Ten vytvořila autorka této práce z odposlechu, protože na internetových stránkách BBC nebyl přepis této konkrétní epizody k dispozici. Nedostupnost všech transkriptů byla právě prvním problémem, na který autorka narazila při psaní (na stránkách BBC jsou dostupné pouze transkripty starších epizod). Řešením však bylo daný transkript vytvořit, což i s editací a následnou kontrolou trvalo přibližně deset hodin. Dalším problémem byla komunikace s redakcí Any Questions?. Odpověď na první email s otázkami týkajícími se produkce pořadu napsala jedna z produkčních, Victoria Wakely. Na druhý email, požadující specifikaci zaslaných odpovědí, už redakce pořadu nereagovala. Informace, které mohla autorka této práce získat z další komunikace, však nebyly pro práci stěžejní, pouze doplňkové. Dalším problémem, či spíše zdrojem nepřesností, byla literatura pojednávající o anglosaské žurnalistice, která je v mnoha ohledech odlišná od té české, hlavně v oblasti terminologie. Například anglický termín „programme“ je ekvivalentní jak českému „programu“, tak „pořadu“. Při čerpání z anglické literatury tedy musel být vždy uvažován kontext, ve kterém se daný termín vyskytoval, a podle něj pak adekvátně překládán. Také fakt, že v anglosaském světě žurnalistika nerozeznává zpravodajství a publicistiku, neumožňuje, mimo jiné, přesně aplikovat české dělení žánrů na britský diskusní pořad. Tato práce tedy Any Questions? popisuje částečně českými termíny načerpanými z odborných literatur a částečně termíny z literatur psaných anglicky, obsah ale vždy přizpůsobuje kontextu české žurnalistiky. Také respektuje rozdíl mezi programem a pořadem a ten v celé práci zachovává. Jiné, závažné potíže se při psaní práce nevyskytly.

1. Dialogické formy rozhlasové publicistiky a jejich uplatnění v diskusním pořadu

Následující kapitola se zabývá problematikou dialogických žánrů a tím, jak se jednotlivé žánry uplatňují v publicistickém pořadu. Na začátku je třeba říci, že jednotné vymezení daných žánrů v publicistickém pořadu neexistuje ani v teoretické odborné literatuře, ani v praxi. Podle Josefa Maršíka není ani jisté, zda „má ještě dnes smysl hovořit o žánrové struktuře rozhlasového zpravodajského a publicistického programu, zda nejde o pojmy, které již v dnešní rozhlasové teorii a praxi ztratily praktický smysl. [...] Obsah je vším a důležité pak už jen je, jakou interpretační technikou ho dostaneme do povědomí posluchačů a ještě jedna důležitá věc – abychom tak učinili v co nejkratší stopáži a s co nejmenšími finančními náklady“.¹ Zdá se tedy, jako by ani nebylo možné, ani potřebné jednotlivé žánry v daném typu pořadu identifikovat. Josef Maršík ještě přidává, že malý zájem o podrobnější studium rozhlasového zpravodajského a publicistického pořadu pak způsobuje, že praxe „dostatečně nevyužívá všech možností, jež má dnešní rozhlas pro šíření žurnalistických obsahů k dispozici“.²

Na teoretické rovině rozeznáváme následující dělení: rozhlasové žánry se obecně dělí na zpravodajské a publicistické. Ty publicistické se mohou dále dělit na analytické (racionální rozbor, které se soustředí na vysvětlení aktuálního problému) a na dokumentárně zobrazovací (v těch hrají určitou roli i emoce). Analytické žánry, které jsou předmětem této práce, jsou monologické a dialogické. Monologickými jsou například komentář, recenze (kritika), vystoupení, přednáška a rozbor (např. ekonomický), dialogickými jsou publicistický rozhovor (interview), beseda, dispečink a anketa³, což jsou žánry, jejichž přítomnost (či absenci) v pořadu *Any Questions?* bude zkoumat tato práce.

Publicistický rozhovor je tedy žánr, který se soustředí na rozebrání, analýzu daného tématu, to znamená, že nemá pouze informativní funkci, ale vysvětluje samou podstatu daného problému. V současné době je tím nejfrekventovanějším žánrem (podle Josefa Maršíka byl v 90. letech dokonce „těžištěm tvorby v dialogických

¹ MARŠÍK, Josef. Trendy žánrové struktury rozhlasového zpravodajství a publicistiky. *Rozvoj české společnosti v Evropské unii*. III.díl. Praha: Matfyzpress, 2004. 57 s.

² Tamtéž.

³ Záznam z přednášky předmětu Audiovizuální žurnalistická tvorba I dne 25. 3. 2011, viz archiv autorky.

žánrech“)⁴. Může se vyskytovat jako svébytný rozhlasový žánr, nebo může být použit pouze jako jedna z metod rozhlasové tvorby (například v dokumentárním pořadu či pásmu), což je také případ pořadu *Any Questions?*. U publicistického rozhovoru můžeme dále rozeznávat následující typy: reportážní, analytický, portrétní nebo komentující rozhovor⁵, z nichž analytický rozhovor je ten, který se objevuje v pořadu *Any Questions?*. Rozhovor jako samostatný žánr je také možné dělit podle počtů účastníků: vyskytuje-li se například na místě jeden tazatel a několik dotazovaných, můžeme rozhovor označit jako už výše zmiňovanou besedu či dispečink. Beseda je tedy s publicistickým rozhovorem přímo spojená: definováno jednou větou, jde o publicistický žánr, který zahrnuje diskusi tří nebo více osob nad daným tématem, což je opět případ *Any Questions?*. (U dispečinku jde zase o spojení jednotlivých studií s jinými a anketa představuje souhrn názorů vybraných respondentů na danou věc či záležitost, oba dva žánry se však k námi zkoumanému pořadu nevztahují.)

2. Charakteristika pořadu BBC Radia 4 *Any Questions?*

Pro podrobnější charakteristiku pořadu, konkrétně pro jeho cíle a záměry, musíme nejdříve přikročit ke stručné charakteristice BBC Radia 4, respektive ke stručné charakteristice BBC jako instituci veřejné služby (public service radio).

2.1 Charakteristika BBC jako instituce veřejné služby

BBC je nezávislé médium, které se opírá o dlouholetou demokratickou tradici a podporu veřejného zájmu. David Hendy udává ještě přesnější definici BBC: „BBC has long been regarded as the classic example of public service radio: a chartered organization, publicly funded but independent from direct political control as well as commercial pressures...“⁶

I v této Hendyho charakteristice se nachází myšlenka veřejné služby: veřejnou službu jako takovou lze však jen těžko jednoznačně vymezit a některé definice si navzájem dokonce odporují. Pro zjednodušení uvádí Milan Šmíd tři styčné body většiny

⁴ Záznam z přednášky předmětu Audiovizuální žurnalistická tvorba dne 5. 4. 2011, viz archiv autorky.

⁵ Tamtéž.

⁶ HENDY, David. *Radio in the Global Age*. Malden: Polity Press, 2000. 18 s.

definice: veřejnou užitečnost, vysílání ve službách veřejné sféry a vysílání ve službě posluchačů a diváků.⁷ Zprv, veřejnou užitečností se zde rozumí „služba poskytovaná veřejnosti obvykle státem, jejímiž základními rysy jsou standardní úroveň a kvalita poskytovaných služeb a jejich univerzální dostupnost“⁸. Zadruhé, vysílání ve službách veřejné sféry je pak možné definovat jako úkol „zajišťovat přístup k informacím a znalostem, jež umožňují každému jednotlivci vykonávat v demokratickém politickém systému svá práva a své povinnosti“⁹. Zatřetí, vysílání ve službě posluchačů a diváků si „již neklade jako prioritu kolektivní zájem, ale chce vycházet vstříc a uspokojovat hlavně zájmy individuální“, přičemž publikum chápe právě jako souhrn individuálních konzumentů médií.¹⁰ Aby však BBC byla schopna plnit tyto funkce, musí si zachovat „jistou velikost publika“¹¹, což velmi těsně souvisí s šíří tematického a žánrového rozsahu a diskusemi, zda by se médium veřejné služby nemělo věnovat „pouze menšinovým zájmům, stát se kulturním a vzdělávacím institutem s okrajovou sledovaností [poslechovostí], který by podobně jako v USA vysílal pouze to, co komerční sektor není schopen divákům [posluchačům] dodat“¹². David Hendy k tomuto tématu dodává, že třicetiprocentního „sharu“ je třeba dosáhnout i pomocí populistických programů, takže rozhlas veřejné služby pak musí opatrně balancovat mezi populismem a elitářstvím.¹³ („Share“ Hendy definuje jako procento posluchačů, kteří poslouchají danou stanici, z celkového počtu posluchačů na trhu.¹⁴ V případě celého BBC Radia 4 je to přes 8 milionů každý týden, přičemž se toto číslo pohybuje od 2,3 milionů v 7:45 hodin ráno v pracovní den až k 140 000 ve 21:30 hodin v neděli večer.¹⁵)

Samotná BBC pak na svých internetových stránkách uvádí svoje cíle dané Královskou chartou (A Royal Charter): právě ta zajišťuje, že si BBC může definovat své vlastní standardy objektivit.¹⁶ Nazývají se „six public purposes“ a jsou to doslova tyto následující: sustaining citizenship and civil society, promoting education and

BBC je už dlouho označována za klasický případ rozhlasu veřejné služby: instituce státem zřízená, financovaná z veřejných peněz, ale nezávislá na přímé politické kontrole nebo komerčních tlacích...

⁷ ŠMÍD, Milan, Diskuse o vysílání veřejné služby v evropském kontextu. *Rozvoj české společnosti v Evropské unii*. III.díl. Praha: Matfyzpress, 2004. 66 s.

⁸ Tamtéž.

⁹ Tamtéž.

¹⁰ ŠMÍD 66-67 s.

¹¹ ŠMÍD 69 s.

¹² Tamtéž.

¹³ HENDY, *Radio in the Global Age* 18 s.

¹⁴ HENDY, *Radio in the Global Age* 124 s.

¹⁵ HENDY, *Radio in the Global Age* 125 s.

learning, stimulating creativity and cultural excellence, representing the UK, its nations, regions and communities, bringing the UK to the world and the world to the UK, delivering to the public the benefit of emerging communications, technologies and services.¹⁷ K tomu BBC dodává, že tyto cíle charakterizují hodnoty, které BBC vyznává a kterými se řídí v informování, vzdělávání a bavení veřejnosti.¹⁸ Spolu s těmito ustanoveními ještě BBC vydává další, nazvané Producers' Guidelines, takže k povinnostem daným Královskou chartou přidává ještě povinnosti následující (citace je v anglickém jazyce, aby byla zachována její přesnost): „The BBC accepts a duty to ensure that programmes maintain a high general standard in all respects (and in particular in respect of content and quality) and to provide a properly balanced service which displays a wide range of subject matter....(and) to treat controversial subjects with due impartiality...both in the Corporation's news services and in the more general field of programmes dealing with matters of public policy.”¹⁹ Například podle Tima Crooka Producers' Guidelines opravňují BBC k vytváření vlastních názorů na vznikající události, ale zakazují jí vyjadřovat vlastní názory na události a záležitosti týkající se veřejného života (public policy).²⁰ (Podle výše zmíněného autora se tento paradox samozřejmě promítá do zpravodajství, které je v některých případech povrchnější než by mělo být²¹, což je však názor, který není relevantní pro potřeby této práce a je zmíněn pouze jako zajímavá kontroverze).

Z výše zmíněných cílů BBC tedy vyplývá, že jakýkoli pořad z její produkce by měl daná kritéria splňovat bez ohledu na to, kterou definici veřejné služby budeme považovat za stěžejní.

Rozhlasové vysílání BBC, stejně jako jakéhokoli jiného rozhlasu, „se skládá“ ze čtyř částí: regulation, servicing, broadcasting and production (regulace, poskytování

¹⁶ CROOK, Tim. *International Radio Journalism: History, Theory and Practice*. London: Routledge, 1998. 42 s.

¹⁷ Public Purposes, In: Dostupné z WWW:

<<http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howweare/publicpurposes>>.

Podporovat občanské žití a občanskou společnost, podporovat vzdělání a výuku, podněcovat kreativitu a kulturní znamenitost, reprezentovat Velkou Británii, její národy, regiony a společenství, přibližovat Velkou Británii světu a svět Velké Británii, budovat digitální Británii, umožnit veřejnosti používání nových technologií.

¹⁸ Tamtéž.

¹⁹ CROOK 42 s.

BBC si dává za úkol, udržovat vysoký standard pořadů ve všech ohledech (především co se obsahu a kvality týče), poskytovat vyvážené informační služby zohledňující širokou škálu témat a zobrazovat kontroverzní témata nestranně, a to jak ve zpravodajství, tak v ostatních programech týkajících se rámcově veřejného života.

²⁰ Tamtéž.

služeb, vlastní vysílání a produkce).²² Tato práce se podrobněji zaměří na regulaci, samotné vysílání a produkci, protože poskytování služeb (z technického hlediska) přesně neodpovídá cílům této práce. Následující řádky poskytnou definice těchto jednotlivých součástí vysílání a s těmi pak bude práce nadále operovat:

Co se týče regulace, podle Davida Hendyho je většina regulace udávána samotnými státy, tedy politickými a kulturními hodnotami, které daný stát (vláda) uznává.²³

Vysílání samotné pak zahrnuje kontrolu nad vysílacím plánem a vlastní proces rozhlasového přenosu, čímž tvoří program dané stanice.

Produkce pak vytváří vlastní obsah rozhlasového vysílání a vlastní pořady, od zpravodajských relací, přes dopravní zpravodajství až po hudební pořady nebo dokumenty, pak tzv. "phone-ins" či reklamy.²⁴ Hendy argumentuje, že, jelikož je rozhlas mnohem méně technicky náročné medium než televize, nejde v něm do jisté míry o výraznou dělbu práce: role sběrače materiálů, režiséra, editora, redaktora, zvukaře nebo moderátora tak často snadno naplní jeden člověk – produkční, či editor (zde musíme rozlišovat mezi anglosaským a českým prostředím). U pořadu *Any Questions?* se tomu tak neděje, Hendyho teze ale poukazuje na myšlenku, že rozhlas je mnohem více „záležitostí produkčního“ než je tomu u televize.²⁵ (Například v rozvojových zemích je dopad rozhlasového vysílání na obyvatele větší než dopad televize, jednoduše proto, že rozhlasové přijímače jsou levnější a více používané.²⁶ Tato výhoda rozhlasu nemůže být samozřejmě podceňována ani v rozvinutých zemích: nepřímá úměra mezi náročností přípravy vysílání, ve srovnání s televizí, a jeho přístupností k posluchači je jednoznačné pozitivum rozhlasového vysílání.) Produkční (editory) vysílání pak Hendy nazývá „programme makers of radio“.²⁷ Vymýšlejí témata, sbírají pro ně podklady, udílejí příkazy, tvoří plány, nahrávají a upravují materiál a velmi často také řídí samotné vysílání. Ani tak se všechny tyto činnosti neřídí podle vůle samotného produkčního, ale podle očekávání posluchačů a jejich potřeb²⁸, čímž se Hendy vrací k názoru, že je to právě posluchač, kdo utváří rozhlasový program. (V

²¹ Tamtéž.

²² HENDY, *Radio in the Global Age* 11 s.

²³ HENDY, *Radio in the Global Age* 12 S.

²⁴ Tamtéž.

²⁵ HENDY, *Radio in the Global Age* 69-70 s.

²⁶ HENDY, *Radio in the Global Age* 62 s.

²⁷ HENDY, *Radio in the Global Age* 71 s.

²⁸ Tamtéž.

praxi se pak pořad musí samozřejmě přizpůsobit formátu celé stanice, stejně jako formátu programu.²⁹⁾

Když už tedy produkční přijde s novou myšlenkou nebo novým formátem, stále se musí držet již výše zmíněného pravidla vlastního institucím, jako je médium veřejné služby, v našem případě BBC: „...that broadcasters should have a notion of the audience member as a citizen who needs to be informed and educated, not just entertained. Production in commercial broadcasting is clearly somewhat differently motivated. It tends to cast the audience member as a consumer - an individual whose existing needs should be satisfied, rather than questioned or changed.”³⁰⁾

Co to znamená, plnit úkoly v roli produkčního, shrnuje tedy David Hendy do tří základních bodů (pro úplnost je citace opět v angličtině): first, the need to find voices and sounds – what is commonly referred to loosely as “actuality” (radio requires its producers to embody their ideas through sounds and ideas need to find their voice – and it is the producers who have to find it)³¹⁾, secondly, the requirement to structure material into some form of narrative, and thirdly, the recurring desire to achieve “liveness”, or at least topicality.³²⁾ (s tím je spojený i dojem spontánnosti: ten je z velké části výsledkem důsledné práce produkčního a moderátora)³³⁾.

K výše zmíněnému úkolu jedna: v obou žánrech, jak ve zpravodajství, tak v publicistice, není otázkou pouze “co řeknu?”, ale také “jak to řeknu?”, obzvláště pak, jde-li o témata, která není snadné vyřknout ani pochopit. Když host dokáže vyjádřit tato témata srozumitelně, třeba i dostatečně dramaticky, tím lépe. Úkolem produkčního je tedy najít někoho, kdo tohle umí. Podle Davida Hendyho tedy 95 procent úspěchu závisí na výběru hosta (Hendy tuto záležitost nazývá „casting process“)³⁴⁾.

K úkolu dvě: co se týče již výše zmíněné teorie narativity (vyprávěcích postupů), ta podle Hendyho dodržuje dvě základní pravidla: pravidlo hierarchie a pravidlo

²⁹⁾ Tamtéž.

³⁰⁾ HENDY, *Radio in the Global Age* 72 s.

...vysílatelé musí mít vždy na paměti, že posluchač je především občan, který musí být informován a vzděláván, nejenom baven. Produkce v komerčních rádiích má samozřejmě poněkud jinou motivaci: nahlíží na posluchače jako na konzumenta, na jedince, jehož stávající potřeby musí být uspokojeny spíše než zpochybňovány nebo formovány.

³¹⁾ HENDY, *Radio in the Global Age* 74 s.

Zprv, najít ty správné hlasy a zvuk, tedy to, čemu se volně říká “opravdovost” (rozhlas nutí produkční vyjádřit své myšlenky pomocí zvuku, a zvuk tak musí mít své hlasy...).

³²⁾ HENDY, *Radio in the Global Age* 73 s.

Zadruhé, sestavit materiál do srozumitelného příběhu a zatřetí, dosáhnout tzv. dojmu „tady a teď“, nebo aspoň dojmu aktuálnosti.

³³⁾ HENDY, *Radio in the Global Age* 75 s.

linearity.³⁵ To první znamená, že některé zvuky a hlasy dominují těm ostatním, jsou zkrátka důležitější, a druhé pravidlo jednoduše říká, že v průběhu pořadu jsou verbalizované myšlenky a ostatní zvuky kladeny jeden za druhým tak, aby vytvářely celistvý a srozumitelný útvar³⁶ (což patrně není nic překvapivého, nicméně jednotlivé principy je potřeba vždy přesně definovat). K tomuto bodu ještě Hendy dodává, že některým produkčním se zdá, že přespříliš plynulé a dlouhé vyprávění ničí autenticitu pořadu, řečeno Hendyho slovy, „staví se do cesty realitě, když realita by měla převážně mluvit sama za sebe.“³⁷ Hendy dokonce užívá následujícího citátu: „narration is what you do when you fail (k souvislému vyprávění se člověk uchýlí, když už neví, kudy kam).“³⁸ V tomto bodě Hendy také připomíná, že některé programy jsou více strukturované, svázané pravidly jednotlivých žánrů než ty ostatní. Také ale dodává, že většina toho, co se nakonec vyskytne ve vysílání, je vytvořeno ne podle přesných pravidel jednoho nebo druhého žánru, ale smícháním žánrů, které se obvykle definují odděleně.³⁹

K úkolu tři: koncept tzv. liveness (česky asi nejlépe přeloženo jako dojem „tady a teď“), je nezměrnou výhodou, kterou disponují audiovizuální média oproti těm tištěným. Živý přenos je tak originální a autentickou verzí události, ne její reprodukci.⁴⁰ Živý rozhlasový přenos dané události je nejenom levnější než přenos televizní, ale také levnější než kterýkoli jiný rozhlasový přenos. To proto, že při některých živých přenosech není potřeba připravit materiál, napsat scénář, vyhledat hosty a tak dále. Při takových přenosech je třeba pouze práce jednoho nebo dvou lidí.⁴¹

Když není pořad vysílán přímo živě, producenti usilují aspoň o dojem aktuálnosti (topicality).⁴² To znamená, že předtočený pořad vyžaduje velmi přesnou a časově náročnou editaci, aby přesně zapadl do rozhlasového programu dané stanice. Nebo může být daný pořad přenášen živě a přitom obsahovat některé předtočené prvky jako nahrávky, rozhovory nebo featury, které ale v případě potřeby musí ustoupit prvkům aktuálnějším, tematičtějším, které jsou vysílány živě.⁴³ Pořad musí být tedy

³⁴ HENDY, *Radio in the Global Age* 76 s.

³⁵ HENDY, *Radio in the Global Age* 78 s.

³⁶ HENDY, *Radio in the Global Age* 78-79 s.

³⁷ HENDY, *Radio in the Global Age* 80 s.

³⁸ Tamtéž.

³⁹ HENDY, *Radio in the Global Age* 86 s.

⁴⁰ HENDY, *Radio in the Global Age* 86 s.

⁴¹ HENDY, *Radio in the Global Age* 88 s.

⁴² Tamtéž.

⁴³ HENDY, *Radio in the Global Age* 88 s.

komponován tak, aby se všem těmto variantám dokázal přizpůsobit, což Hendy vyjadřuje následovně: „...programming tends to become a continuing process into which can be fitted units of almost any length without drastic upset of predisposed listener expectation. In fact, listeners are coming to expect the unexpected the real, the 'now'”.⁴⁴ Přitom se produkční snaží každý pořad vyplnit „zdola nahoru”, tedy od těch nejméně aktuálních událostí (the least topical items) k těm novějším, přičemž čas uplynulý mezi tím, kdy se daná událost stane a kdy se odvysílá, musí být co nejkratší možný, aby byl dodržen koncept té tzv. topicality.⁴⁵ Určitým problémem je pak pro produkčního to, že musí zvolit správnou míru mezi „topicality“ a „familiarity“, aby pro posluchače nebyla daná událost až příliš nepředvídatelná, vzdálená či nepochopitelná, a aby daný pořad nebyl příliš rozrůzněný, a neoddaloval se tak od celistvosti daného programu.⁴⁶ Všechny výše zmíněné koncepty (liveness, topicality, unpredictability) musí být tedy posluchači „servírovány“ už známými nebo povědomými způsoby: musí být vyjádřeny skutečnými hlasy a zvukem, musí být koherentní, a tedy vyjádřené známými narativními technikami, musí být relevantní pro rozhlasového posluchače, a tedy být tematické.⁴⁷ A čím více je daný pořad tematický, tím méně času je na to, ho vytvořit. Zároveň ale produkce musí zajistit, aby ten dojem spontaneity, i chaotičnosti, jak již bylo zmíněno, byl jen povrchný: ve skutečnosti musí být pořad organizovaný, plně kontrolovatelný. (Vysílatelé musí tak vymyslet, jak co nejlépe promlouvat k lidem, kteří nemají žádný konkrétní důvod k tomu, zapnout si svůj rozhlasový přijímač.)⁴⁸

Josef Maršík přidává ještě dva pojmy důležité v rozhlasovém kontextu: specifičnost a rozhlasovost. Pojem specifičnosti se vztahuje k akustickému principu, tedy samé podstatě rozhlasu. Vyjadřuje tu skutečnost, že rozhlasový program se šíří k posluchači pouze zvukovou (auditivní) cestou, takže všechno, co přesahuje rovinu zvukovosti, je posluchači nekomunikovatelné: rozhlas je tedy zcela svázan tímto principem a všechny vyjadřovací a skladebné prostředky tomuto principu podléhají.⁴⁹ (Jestliže se nějaké postupy neosvědčí, jsou nahrazeny novými. Je to tedy praxe, co rozhoduje, zda daný pořad plní nebo neplní svou funkci a zda je posluchači přijat: slovy

⁴⁴ HENDY, *Radio in the Global Age* 88-89 s.

Tvorba programu se stává nekončícím procesem, který dokáže absorbovat nové pořady jakýchkoliv délek, aniž by zklamal očekávání posluchačů. Posluchači dokonce začínají tyto neočekávané změny vítat jako výraz skutečnosti a aktuálnosti.

⁴⁵ HENDY, *Radio in the Global Age* 89 s.

⁴⁶ HENDY, *Radio in the Global Age* 91 s.

⁴⁷ HENDY, *Radio in the Global Age* 91 s.

⁴⁸ HENDY, *Radio in the Global Age* 144 s.

Josefa Maršíka „zda výsledek programové činnosti splňuje předpoklady, s nimiž stanice k vysílání přistoupila“⁵⁰. V případě pořadu *Any Questions?* je například možné s jistotou prohlásit, že dané požadavky splňuje: úspěšně se vysílá už 63 let.) Specifičnost je také podle Josefa Maršíka kromě akustičnosti a auditivnosti vyjadřována pojmy jako operativnost, pohotovost (rychlost), autentičnost, aktuálnost, všudypřítomnost, masovost, nepřetržitost, přístupnost, kontinuálnost, časová lineárnost, což znamená nevrátlost, neopakovatelnost, jednosměrnost⁵¹ – rozhlas se však některými pořady snaží i o oboustranný kontakt (pozn. autorky).

Míru uplatnění specifičnosti pak nazýváme rozhlasovostí. Když je rozhlasovost maximálně uplatněna v nějakém pořadu, znamená to, že jsou v něm v maximální míře uplatněny výše jmenované znaky rozhlasového vyjadřování.⁵²

Tím nejlepším prostředkem pro kontrolu je tak „rutinizace“ produkce, tedy osvojení známých postupů, které vytváří daný pořad a který je pak zasazen do struktury dané stanice, do konkrétních vysílacích časů atd.⁵³, což nás přivádí k otázce formátu té které stanice, v našem případě BBC Radio 4, jejíž formát bude blíže zkoumán v jiné části této práce, stejně jako výše zmíněné principy tvorby pořadu *Any Questions?*.

Co se týče formátu, začněme s jeho definicí jako takovou. David Hendy používá ve své definici množného čísla (*formats*) a ty pak definuje následovně: [*formats are*] devices to “enable radio stations to deliver to advertisers a measured and defined group of consumers. From the perspective of those producing radio, however, they can be described as a means of institutionalizing standardization and predictability”⁵⁴. Obě dvě definice říkají v podstatě to samé, a to, že „standardizovaný produkt je ten nejlepší způsob, jak si předvídatelně zajistit dané publikum, takové, které je přitahováno k dané stanici nebo pořadu právě tímto produktem“⁵⁵. Jinými slovy, že „vytváření daného publika znamená vytváření programu podle daného formátu“.⁵⁶ To znamená, že pořady musí přesně zapadnout do pravidelných schémat té které stanice. Formát pořadu, formát

⁴⁹ MARŠÍK, Josef. *Úvod do teorie rozhlasového programu*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova, 1995. 41 s.

⁵⁰ MARŠÍK 45 s.

⁵¹ MARŠÍK 43 s.

⁵² Tamtéž.

⁵³ HENDY, *Radio in the Global Age* 94 s.

⁵⁴ HENDY, *Radio in the Global Age* 94 s.

Formáty jsou prostředky, které umožňují rozhlasovým stanicím nabídnout zadavatelům reklamy přesně definovanou skupinu konzumentů. Z pohledu lidí připravujících pořady se dají ale spíše popsat jako prostředky k zajištění standardizace a předvídatelnosti.

⁵⁵ HENDY, *Radio in the Global Age* 95 s.

⁵⁶ Tamtéž.

stanice a vysílací plán jsou pak ve vzájemné interakci.⁵⁷ (V anglosaském kontextu se termíny program a pořad neodlišují: pro oba koncepty se užívá anglického slova „programme“. I v české praxi se tato dvě slova někdy užívají jako synonyma, často nesprávně. Tato práce však oba koncepty odlišuje a v žádném případě mezi ně neklade rovnítko.)

Formát pořadu označuje skutečnost, že každý pořad může být produkován bez ohledu na to, jaký je celkový formát stanice. Každý pořad má tak svou vlastní neměnnou strukturu a styl: mění se pouze obsah, takže posluchač dopředu ví, co od pořadu očekávat, zná jeho „identitu“. ⁵⁸ Zatímco se tedy každý nápad (téma) přizpůsobuje formátu pořadu, formát pořadu pak podléhá dalším omezením: formátu stanice. Ten udává celkové zaměření stanice a je obecně nejlépe definován pomocí hudby, kterou daná stanice hraje, nebo tím, zda je mluvené slovo zaměřeno více na zpravodajství nebo publicistiku. Produkce je pak zodpovědná za tzv. „gatekeeping“, tedy dozorování na obsah vysílání. ⁵⁹ Konkrétně BBC Radio 4 je možné definovat jako news/talk: new/s talk obecně je formát, jehož subformáty nebo odvětví mohou být podle Hendyho následující: news, news/talk, news/sport, news plus, talk, all-sports, tourism, nebo talk'n'rock. Hendy také dodává, co daný formát obsahuje: z velké části mluvené slovo (může obsahovat i hudbu, aby přitáhl mladší publikum), all-news zase přitahuje mladší a hojnější publikum než stanice s formátem all-talk.⁶⁰ Vysílací plán zase řídí distribuci celé škály pořadů napříč dnem a týdnem, aby poskytl posluchačům určité vysílací schéma a to z prostého důvodu – aby posluchači věděli, kdy zapnout své rozhlasové přijímače pro své oblíbené pořady. Ty jsou pak řazeny tak, aby měl posluchač přijímač zapnutý delší dobu.⁶¹

Na tomto místě můžeme plně rozlišit rozdíl mezi rozhlasovým programem a pořadem. Podle Josefa Maršíka vyjadřuje rozhlasový program „konečný výsledek programotvorné činnosti, který je rozhlasovými technickými prostředky přenášen k posluchači. Je vnitřně bohatě strukturovaný, mnohotvárný, složený z množiny rozmanitých obsahových, formových, výrazových a jiných prvků, mezi kterými je vzájemná vazba“.⁶² Protože je tedy rozhlasový program souhrnem všech rozhlasových

⁵⁷ Tamtéž.

⁵⁸ HENDY, *Radio in the Global Age* 95 s.

⁵⁹ HENDY, *Radio in the Global Age* 98 s.

⁶⁰ HENDY, *Radio in the Global Age* 100 -101 s.

⁶¹ HENDY, *Radio in the Global Age* 104 s.

⁶² MARŠÍK, *Úvod do teorie rozhlasového programu* 10 s.

pořadů v daném časovém úseku, je nadřazený rozhlasovému pořadu. Program je pak možné dělit podle několika hledisek, například z hlediska teritoria (celoplošný, regionální...), funkce (informativní, vzdělávací...), obsahu (žurnalistický, sportovní...), cílové posluchačské skupiny (program pro děti, sportovce...) a mnoha dalších.⁶³ Rozhlasový pořad je tedy podle Josefa Maršíka „základním stavebním elementem. Charakterizujeme ho jako relativně samostatný a uzavřený prvek programu, který je od ostatních částí oddělen slovně (ohlášením, odhlášením), hudebním nebo jiným akustickým signálem (znělkou, gongem, pauzou apod.) nebo skladebně (např. tematickým nebo žánrovým odlišením). Všechny rozhlasové programy, skládající se z výše definovaných pořadů, jsou pak vytvářeny na základě určitých principů či zásad, které definují společenské podmínky té dané země: ve Velké Británii je to společenský systém založený na pluralitě a demokracii, který respektuje lidská práva a svobody. V tomto systému tedy existuje svoboda projevu, informací a nezávislosti rozhlasových organizací na státních orgánech a institucích: o tyto principy se pak tedy přímo opírá tvorba rozhlasového programu. Nejsou to však pouze vnější společenskopolitické podmínky, které působí na tvorbu programu: jsou to i vlivy vnitřní, jako profesionální předpoklady jeho tvůrců, řízení jeho výroby v rozhlasové instituci či technické a ekonomické podmínky. V neposlední řadě jsou to samozřejmě i posluchači,⁶⁴ protože rozhlasový pořad plní své poslání právě v okamžiku přijetí posluchačem. (Podle Josefa Maršíka pořad „oživá, až když se dostane do psychického kontaktu s vnímajícím lidským subjektem, tj. jestliže posluchače zaujme, a hodnoty, jež přináší, uspokojí jeho očekávání, zájem a potřebu pořad sledovat... Musí mít tedy pro posluchače nějaký význam, musí mu přinášet nějaké hodnoty, jež jsou pro něj žádoucí a potřebné a jež si posluchač ani nemusí uvědomovat.“⁶⁵ Samozřejmě ne každý pořad tyto potřeby uspokojí, v tomto ohledu není nic absolutní.) Rozhlasy veřejné služby, jako je BBC Radio 4, se tak snaží zajistit co nejširší možnou nabídku informací pro co nejširší okruh posluchačů.⁶⁶

BBC Radio 4 je tak možné charakterizovat jako „news, speech and drama radio station“⁶⁷. Podle internetové encyklopedie Wikipedie je druhou domácí nejposlouchanější stanicí v Británii a tou nejposlouchanější v Londýně a jižní Anglii.

⁶³ MARŠÍK, *Úvod do teorie rozhlasového programu* 12 s.

⁶⁴ Tamtéž.

⁶⁵ MARŠÍK, *Úvod do teorie rozhlasového programu* 39 s.

⁶⁶ MARŠÍK, *Úvod do teorie rozhlasového programu* 11 s.

⁶⁷ BBC Radio 4, In: Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/BBC_radio_4>.

Největšího počtu posluchačů dosáhla v květnu 2011 (11 milionů) a je tou nejdražší rozhlasovou stanicí celé BBC. (Podle Davida Hendyho stojí hodina vysílání Radia 4 celkem 10 200 liber)⁶⁸. Je všeobecně považována za vlajkovou loď BBC.⁶⁹ Stručně a výstižně BBC Radio 4 popisuje David Hendy, a to následovně: „Radio Four has been described as ‘the greatest broadcasting channel in the world’, the ‘heartbeat of the BBC’, a cultural icon of Britishness, and the voice of Middle England. Defined by its rich mix, encompassing everything from journalism and drama to comedy, quizzes, and short-stories...“⁷⁰

Any Questions? je pak diskusní pořad BBC Radia 4, na stránkách BBC charakterizovaný jako „topical discussion in which a panel of personalities from the worlds of politics, media and elsewhere are posed questions by the audience“ (tematická diskuse, ve které panel známých osobností ze světa politiky, médií a dalších odpovídá na otázky publika).⁷¹ Pořad se vysílá živě každý pátek ve 20:02 a je reprízován vždy v sobotu ve 13:10. Trvá 48 minut, přesně ve 14:00 ho tedy následuje na něj navazující pořad Any Answers?. Pořad Any Questions? je typickou ukázkou analytické publicistiky: uplatňují se v něm dialogické žánry beseda i publicistický rozhovor. Každý týden ho poslouchá zhruba 1,8 milionu posluchačů, z toho 500 000 živě v pátek večer a 1,3 milionu v repríze o sobotním odpoledni.⁷²

2.2 Výběr hostů do pořadu *Any Questions?*

Any Questions? zahrnuje panel čtyř diskutujících, kteří odpovídají na dotazy lidí z publika. Victoria Wakely, jedna z produkčních pořadu, dává v emailu adresovaném autorce této práce kromě výše uvedených dat také odpověď na otázku, podle jakého

⁶⁸ HENDY, *Radio in the Global Age* 11 s.

⁶⁹ BBC Radio 4, In: Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/BBC_radio_4>.

⁷⁰ HENDY, David. *Life on Air: A History of Radio 4*. New York: Oxford University Press, 2007. 95 s.

O BBC Radiu 4 se říká, že je tou nejlepší rozhlasovou stanicí na světě, srdcem celé BBC, kulturní ikonou britskosti, hlasem středostavovské Anglie. Je bohatou směsicí všeho, od zpravodajství a publicistiky po drama, komedie, debaty či povídky...

⁷¹ Any Questions?, In: dostupné z WWW: <<http://www.bbc.co.uk/programmes/b006qgvj>>.

kritéria jsou vybírání hosté-panelisté do pořadu: „The criteria for becoming a guest on the programme is being someone who plays a part in public life, like a politician, or someone who takes a keen interest in current affairs, has strong opinions and has a relatively high public profile, perhaps as journalist or author. We have four people on each panel, every panel has a woman on it and most of our panels consist of two politicians - one from the government and one from labour - and two non-politicians. But that can vary and some panels have no politicians on. I try to ensure that our panels are balanced politically and do not lean too far to either the left or the right.“⁷³ Z hostů pořadu pak můžeme náhodně jmenovat například ministra kultury Jeremyho Hunta, stínového ministra spravedlnosti Sadiqa Khana, spisovatelku Bonnie Greer nebo předsedu NBNK Investments Lorda Levena, kteří v *Any Questions?* vystoupili 2. prosince 2011, nebo ministra pro Severní Irsko Owena Patersona, stínovou ministryni zdravotnictví Diane Abbott, politického komentátora Iaina Martina či sloupkaře listu *The Guardian* Johna Harrise, kteří se zúčastnili panelové diskuse v pořadu 18. listopadu 2011.⁷⁴

2.3 Výběr témat do pořadu *Any Questions?*

Témata udává samo publikum, respektive vždy jeden člověk, jenž vznesе otázku, na kterou může odpovědět kterýkoli z panelistů. Je možné předpokládat, že se otázka bude týkat některého z aktuálních politických či jiných témat. Stránky BBC Radia 4 uvádí, že producent dané epizody pak z otázek navržených publikem vybere ty, které budou v pořadu položeny panelistům.⁷⁵ Otázky bývají zpravidla čtyři, jejich počet však záleží na tom, jaký prostor každé z nich bude věnován a kolik jich panelisté zodpoví.

Co se týče možných restrikcí, v době odevzdání této práce nebylo možné zjistit aktuální stanovisko redakce, neboť příslušná redakce nereagovala na zaslané emaily.

⁷² Email od Victorie Wakely ze dne 17. 11. 2011 (any.questions@bbc.co.uk), uloženo v archivu autorky.

⁷³ Email Victorie Wakely, 17.11.2011.

Hostem pořadu se může stát někdo, kdo hraje určitou roli ve veřejném životě, například politik nebo někdo, kdo se zabývá současnými událostmi, má pevné názory a je veřejně známý, třeba novinář nebo spisovatel. V každém panelu sedí čtyři lidé, z toho jedna žena a většinou i dva politici – jeden z vlády a jeden z labouristů – a dva nepolitici. Ale to se různí a některé panely nemají třeba žádné politiky.

Snažíme se zajistit, aby panely byly politicky vyvážené a nepřevážily se příliš ani nalevo, ani napravo.

⁷⁴ *Any Questions?*, In: dostupné z WWW: <<http://www.bbc.co.uk/programmes/b017mz47>>.

⁷⁵ *Any Questions?:hosting Any Questions?*, In: dostupné z WWW: <<http://www.bbc.co.uk/radio4/features/any-questions/organiser/>>.

Internetová encyklopedie Wikipedie ale uvádí následující informace: na počátku vysílání pořadu, tj. 1948, panovalo omezení, které zakazovalo diskusi o záležitostech, které projednával parlament v posledních dvou týdnech před vysíláním, což se ukázalo jako velmi obtížně dodržitelné především v době Suezské krize. Od tohoto pravidla se tedy časem upustilo a dnes ohledně projednávaných témat zřejmě nepanují žádná omezení.⁷⁶ Když se autorka této práce pokoušela na stránkách BBC najít jakékoli možné restriktce týkající se témat či obsahu diskusí, neuspěla. Jeden z průvodců, kteří zajišťují pravidelné návštěvy sídla BBC Radia, však osobně odpověděl autorce této práce, že BBC hlavně nevysílá nic rasistického, ale že jiná omezení prakticky neexistují.⁷⁷ BBC také zveřejňuje kromě cílů daných Královskou Chartou a Dohodou pouze směrnice zvané Missions and Values popisující, čeho chce BBC na jednotlivých stanicích a v jednotlivých pořadech dosáhnout (např. obohatit životy svých posluchačů o pořady, které informují, vzdělávají a baví: toto jsou však pouze obecné informace, které neříkají nic o možné regulaci obsahu). Na daných stránkách je také k nalezení listina zvaná Radio 4 Programme Policy 2010/2011, která obsahuje všechny cíle, které se v roce 2010 podařilo BBC Radiu 4 naplnit, a také ty, které má stanice ještě před sebou. Mark Damazer, kontrolor BBC Radia 4, se zde o potenciální regulaci nezmiňuje: Radio 4 Programme Policy mluví pouze o výzvách, kterým bude muset (nebo muselo) BBC Radio 4 čelit, jako třeba klást větší důraz na oblast vědy či co nejlépe a z co nejvíce úhlů pokrýt nadcházející volby.⁷⁸ Nebyla však nalezena ani jedna informace, která by autorku této práce vedla k závěru, že v publicistickém pořadu *Any Questions?* panují nějaká omezení z hlediska jeho obsahu.

2.4 Výběr lokací pořadu *Any Questions?*

Panelová diskuse pořadu se odehrává každý pátek na jiném místě po celém Spojeném království. Victoria Wakely se k výběru lokací vyjadřuje následovně: „We travel to a different location each Friday and we broadcast live at 8pm. We rely on people and organisations inviting us to broadcast from their school, church or village hall, festival, mosque, whatever it might be. We need a stage and seating for over 200

⁷⁶ *Any Questions?*, In: dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Any_Questions%3F>.

⁷⁷ Návštěva sídla BBC Radio autorkou této práce se uskutečnila 1. 4. 2012 od 12 do 13:30 hodin.

⁷⁸ Radio 4 Programme Policy 2010/2011, In: dostupné z WWW: <<http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/accountability/statements2010/radio/radio4.html>>.

but there can be a huge variety of venue. We try to make sure we have spread ourselves around the UK and that no part of the country is left out.“⁷⁹ Pořad byl odvysílán z míst, jakou jsou například Dudley, Luton, Londýn, Newcastle nebo Worcester. Fyzicky se tedy diskuse odehrává pokaždé na jiném místě, prostor („place“) v rozhlasovém kontextu je však podle Hendyho jiný koncept: v rozhlasovém kontextu jde o to, vytvořit dojem prostoru sdíleného oběma, posluchačem i moderátorem pořadu. Pořad tedy musí propojit oba prostory, ten veřejný, institucionalizovaný a ten domácí, soukromý.⁸⁰ Globální prostor se tímto zmenšuje a ten posluchačův zvětšuje.⁸¹ Na této familiárnosti, dokonce intimně, pak rozhlas staví.⁸²

2.5 Role moderátora v diskusi

Dříve než tato práce přikročí k vlastnímu popisu role, kterou v pořadu plní jeho moderátor Jonathan Dimbleby, uvede nejdříve jeho stručný životopis tak, jak je uveden na stránkách BBC Radia 4: Jonathan Dimbleby je moderátorem pořadu Any Questions? od roku 1987 (a moderátorem navazujícího pořadu Any Answers? od roku 1988).⁸³ Vystudoval filozofii na University College v Londýně a kariéru započal jako redaktor v BBC v Bristolu v roce 1969. V roce 1970 se pak přesunul do BBC Radia 4, kde moderoval pořad The World at One a také The World This Weekend. Jako redaktor ITV vyhrál v roce 1973 cenu BAFTA za svou reportáž o etiopském hladomoru. V roce 1979 přešel do Yorkshire TV, kde napsal a moderoval The Eagle and The Bear a další pořady. Od 1982 do 1986 moderoval a pomáhal produkovat sérii dokumentů pro ITV s názvem First Tuesday. Pro BBC zase moderoval On The Record (1987–1992). Od roku 1995 do roku 2006 moderoval na ITV pořad zvaný Jonathan Dimbleby, vlajkovou loď celé televize. V roce 1994 napsal, moderoval a produkoval pořad Charles, The Private Man, the Public Role a publikoval svou knihu *The Prince of Wales: A Biography*. V roce 1997 BBC odvysílala jeho seriál The Last Governor o posledních pěti letech britské nadvlády v Hong Kongu, vyšla i kniha stejného jména. Dimblebyho

⁷⁹ Každý pátek se přesouváme na jiné místo, odkud pak vysíláme živě od osmi večer. Spoléháme se na lidi a organizace, kteří nás zvou do místních škol, kostelů, radnic, na kulturní akce nebo do mešit, prostě kamkoli. Potřebujeme pódium a sezení pro více než 200 lidí, ale prostor to může být jakýkoli. Snažíme se objet celé Spojené království a nevynechat žádný kout země.

⁸⁰ HENDY, *Radio in the Global Age* 186 s.

⁸¹ HENDY, *Radio in the Global Age* 185 s.

⁸² HENDY, *Radio in the Global Age* 184 s.

dokumenty o Etiopii a Kosovu odvysílala ITV v roce 1998, respektive 2000. Poté BBC 2 odvysílala jeho pětidílný seriál *Russia – A Journey with Jonathan Dimbleby*, k čemuž vyšla ještě kniha s názvem *Russia – A Journey to the Heart of a Land and its People*. Jonathan Dimbleby byl také prezidentem charitativní organizace Soil Association a organizace CPRE (Campaign to Protect Rural England). Od roku 1997 je prezidentem nezávislé mezinárodní organizace VSO a od roku 2008 předsedou v radě časopisu *Index on Censorship*. Je také členem dozorčí rady v Dimbleby Cancer Care.⁸⁴

2.6 Komunikace s posluchačem

Podle Josefa Maršíka se teorie rozhlasového programu netýká pouze vlastní programové činnosti a jejího výsledku (tzn. metod a prostředků, kterými se dosahují stanovené programové záměry a které byly popsány v předchozí části této práce), ale také objektu působení, kterým je rozhlasový posluchač.

Jak už bylo zmíněno výše, pořad *Any Questions?* se těší poměrně vysoké poslechoвости: zhruba 1,8 milionu lidí týdně. Nevíme však, zda se jedná o kulisový nebo soustředěný poslech, proč daný pořad lidé poslouchají a jaké je jejich poslechové chování. Podle Josefa Maršíka různé výzkumy mezi posluchači jasnou odpověď nedávají, protože „za nejdůležitější se většinou považují údaje o poslechoвости, tj. o počtech lidí, kteří si v daný okamžik (nebo včera atd.) zapnuli rozhlasový přijímač. Jaká je kvalita tohoto poslechu, zda jsou posluchači spokojeni či nikoliv, to je jakoby až druhořadý údaj“⁸⁵. Z tohoto vyjádření nepřímo vyplývá i další závěr Josefa Maršíka: tím, že „přijímáme tuto koncepci ‚průměrného posluchače‘, pak velmi snadno sklouzneme ke zpravodajskému zobrazení reality ve, zprůměrované podobě“, protože průměrný posluchač přece nemá na kvalifikovanou informaci a její kvalifikované vysvětlení v publicistice ani dostatek času, ani dostatek zájmu“⁸⁶. Pořad *Any Questions?* je však pořadem, který se svou publicistickou formou snaží vkládat události do kontextu, komentovat je, a tudíž je možné tvrdit, připočteme-li k náročnosti obsahu i

⁸³ Jonathan Dimbleby, In: dostupné z WWW:

<<http://www.bbc.co.uk/radio4/people/presenters/jonathan-dimbleby/>>.

⁸⁴ Tamtéž.

⁸⁵ MARŠÍK, Trendy žánrové struktury 59 s.

⁸⁶ Tamtéž.

první vysílací čas (pátek večer, kdy se většina lidí chodí bavit), že posluchač *Any Questions?* posluchačem průměrným není.⁸⁷

Například v roce 1997 si BBC nechala vypracovat analýzu svých posluchačů, která mimo jiné odhalila, že v podvečer ti posluchači, již se rozhodnou pro rozhlas a ne pro televizi, poslouchají soustředěně: večer se prý mohou plně koncentrovat na specializované, závažnější pořady.⁸⁸ Tohoto průzkumu se bezvýhradně drží producenti, když mezi 18:30 a 20. hodinou večerní zařazují programy, které jsou zábavné, a mezi 20. a 23. hodinou pak pořady, které jsou informativní. Pro tyto potřeby pak BBC Radio 4 dělí celé dny do tzv. zón (Hendy nazývá tento proces zoning): jednotlivé zóny jsou pak například (popsáno původními termíny) „breakfast“, „mid morning“ atd. S tímto procesem jsou spojeny i dva další pojmy: tzv. blocking and stripping. Blocking znamená, že pořady, které by mohly přitahovat stejné publikum, jsou záměrně řazeny vedle sebe, a stripping je pak možné označit za druhý krok v celém procesu: označuje totiž vytvoření vlastního návyku na daný program tím, že dodržuje stále stejný plán (denní, týdenní, či měsíční⁸⁹), takže posluchači ví, který pořad je vysílán v který čas. Výše zmíněný příklad toho, že se informativní pořady na BBC Radiu 4 vysílají pět dní v týdnu od 20. do 23. hodiny, je tedy případ blockingu.⁹⁰ Counter-programming je pak další příklad strategie, kdy stanice zařadí pořad co nejnepodobnější pořadu, který vysílá v daném čase konkurenční stanice, aby jí „ukradla“ posluchače. Všechny jmenované strategie pak mají společný cíl: příliv posluchačů (audience flow). Snahou je samozřejmě posluchače i udržet, a tedy omezit případy přepínání na jiné stanice. Příkladem, kdy za daným pořadem následuje pořad podobného typu, je i sobotní repríza *Any Questions?* a následující, na něj navazující *phone-in Any Answers?*. (*Phone-in* je typ pořadu, který nemá v českém prostředí přesný ekvivalent: jde o typ pořadu, ve kterém moderátor přijímá telefonáty, emaily nebo tweety od posluchačů reagujících na různá témata, v tomto případě na témata nadnesená otázkami publika v pořadu *Any Questions?* předchozí den).

Protože spojení mezi posluchačem a redaktorem je ve většině pořadů jednostranné, a redaktor tedy nemůže pozorovat reakce posluchačů nebo slyšet jejich

⁸⁷ HENDY, *Radio in the Global Age* 122 s.

Ve Velké Británii provádí tyto průzkumy společnost RAJAR: tu vlastní dohromady BBC a komerční stanice.

⁸⁸ HENDY, *Radio in the Global Age* 105 s.

⁸⁹ HENDY, *Radio in the Global Age* 108 s.

⁹⁰ HENDY, *Radio in the Global Age* 108 s.

názory, v poslední době se čím dál více objevuje právě tento typ pořadů: Any Answers? se obrací k posluchačům přímo, s bezprostřední výzvou o navázání kontaktu, a to hlavně přímými telefonickými vstupy do živého vysílání. Tato možnost přímého oboustranného kontaktu se podle Josefa Maršíka rozšiřuje také o pořady, které se točí tzv. na veřejnosti, s přímou účastí posluchačů, kterým se otevírá možnost podílet se svými názory a dotazy na tvorbě pořadu⁹¹, což je právě případ Any Questions?. Oba zmiňované pořady se tedy snaží rozšířit možnosti kontaktu rozhlasu a jeho posluchače.

Ze společného uplatnění všech těchto strategií tedy vyplývá, že spíše než o přilákání nových diváků „za každou cenu“ jde rozhlasovým stanicím o to, udržet si již existující posluchače. (Z počtu let, kdy BBC Radio 4 úspěšně vysílá Any Questions?, a z čísel poslechovosti poskytnutých produkční pořadu Victorií Wakely můžeme už nyní konstatovat, že se tento dlouhodobý cíl Radiu 4 plnit daří.)

Publikum (z překladu anglického audience, které David Hendy používá jako ekvivalent k méně často užívanému „listeners“) je tedy primárním důvodem, proč rozhlasové stanice vysílají: když se skládá formát jednotlivých stanic, publikum je vždy a všude tím rozhodujícím prvkem,⁹² a to ať už jde o komerční rádio (kde se publikum rovná generování zisku), nebo o rozhlas veřejné služby, kde je poslechovost důkazem, že daný rozhlas plní svou veřejnou funkci. (Je to tedy publikum, které přímo formuje program dané stanice.)

Podle Davida Hendyho je primárním produktem (komoditou) vysílání spíše skupina posluchačů než samotný pořad, neboť, jak už bylo také řečeno, pořady se vyrábí právě pro to, aby přitahovaly posluchače.⁹³ V tomto bodě hovoří Hendy i o tzv. komodifikaci posluchače, což označuje za proces, ve kterém se posluchač stává produktem, který je možný prodat nebo koupit na trhu. (BBC sice nevysílá žádnou reklamu, ale proces komodifikace posluchače se může vztahovat i na ní v tom smyslu, že i BBC usiluje o vítězství nad konkurenčními stanicemi.) Tím se tedy média, posluchači (a reklamní manažeři) dostávají do oboustranných vztahů. Podrobněji Hendy vysvětluje fungování těchto vztahů následovně:

Mass media programming is used to construct audiences; advertisers pay media companies for access to these audiences; audiences are thereby delivered to advertisers. Such an argument broadens the space within which media commodification takes place beyond the immediate process of media

⁹¹ MARŠÍK, *Úvod do teorie rozhlasového programu* 41 s.

⁹² HENDY, *Radio in the Global Age* 115 s.

⁹³ HENDY, *Radio in the Global Age* 31 s.

companies producing newspapers, radio broadcasts, television programmes, and films to include advertisers or capital in general. The process of commodification thoroughly integrates the media industries into the capitalist economy not primarily by creating ideologically saturated products but by producing audiences en masse and in specific demographically desired forms for advertisers.⁹⁴

Ať už tedy jde o komerční rádio, nebo rozhlas veřejné služby, vždy jsou komoditou, o kterou daná rádia soutěží, posluchači. Komerční sektor právě pro tyto potřeby užívá termínů „narrowcasting“, jako opozitum k danému „broadcasting“⁹⁵: to znamená, že stanice své formáty „šijí na míru“ velmi úzké, jasně definované skupině posluchačů, která pak slouží jako protipól k úzké, jasně definované skupině reklamních manažerů. Výše popsany proces ale v celé jeho šíři (míněno ve vztahu vysílatel-posluchač-reklama) BBC jako rozhlas veřejné služby nevyužívá: může se jím však inspirovat s ohledem na výše popsané strategie v boji o posluchače. (K pojmu slova formát, jak ho na tomto místě užívá David Hendy, musíme poznamenat, že to není pouze koncept jednoho pořadu, ale spíše obecnější způsob, jakým se programy vyrábí, jako například CHR atd.)⁹⁶

Zda BBC například prodává svůj pořad Any Questions? i jiným rozhlasovým stanicím, ať už domácím, nebo zahraničním (čímž by samozřejmě ještě zvětšila své pole působnosti, a tím zvýšila úspěšnost komunikace s posluchačem) se nepodařilo do doby dokončení této práce zjistit. Co se týče celého BBC Radia, dohromady prodává své programy více než 100 rozhlasovým stanicím do zahraničí, obzvláště těm anglicky mluvícím stanicím, které nemají příliš peněz, a vysílací práva se jim tedy prodávají levně.⁹⁷ (David Hendy udává, že konkrétně BBC Radio 4 za 555 hodin vysílání diskusních pořadů v jednom roce na Radiu 4 zaplatí celkem 7,2 procenta ze svého ročního vysílacího rozpočtu.)⁹⁸

⁹⁴ HENDY, *Radio in the Global Age* 32 s.

Programy masových médií se vytváří proto, aby vytvořily publikum: inzerenti pak platí médiím za přístup k tomuto publiku, takže publikum je inzerentům takto „naservírováno“. Tento proces komodifikace pak vytváří prostor, ve kterém nejde pouze o doručení novin, rozhlasových a televizních pořadů nebo filmů jejich publiku, ale také o vytváření kapitálu a prostoru pro inzerenty. Proces komodifikace tak umožňuje mediálnímu průmyslu, aby se začlenil do kapitalistických ekonomik primárně ne pro to, že vytváří ideologií naplněné produkty, ale pro to, že vytváří publikum v masovém měřítku, což pro inzerenty znamená publikum, které je demograficky rozděleno právě tím žádoucím způsobem.

⁹⁵ Tamtéž.

⁹⁶ HENDY, *Radio in the Global Age* 61 s.

⁹⁷ HENDY, *Radio in the Global Age* 13 s.

⁹⁸ HENDY, *Radio in the Global Age* 37 s.

David Hendy argumentuje, že také přítomnost rozhlasové stanice na internetu dává vzniknout úplně novým možnostem daného rozhlasu: pro vysílatele rozhlasu veřejné služby například internet skýtá příležitost, jak si vynahradiť možnosti, kterými nedisponují, neboť nesoutěží v komerčním sektoru – jako příklad můžeme uvést třeba to, že z celkem 18 milionů přístupů na BBC Online v roce 1998 byla téměř polovina posluchačů připojena z práce a jedna pětina byli posluchači-studenti⁹⁹, tedy také lidé disponující internetovým připojením. A jelikož průměrnému posluchači Radia 4 je 53 let, BBC může podle Hendyho legitimně prohlašovat, že její služby poskytované online zvyšují přitažlivost celé BBC právě u této části publika.¹⁰⁰ (Nezanedbatelný je také fakt, že příprava této práce - a tedy i poslechy daných epizod *Any Questions?* - proběhla z nemalé části za pomoci internetových stránek BBC Radia 4.) Spojení rozhlasu a internetu ještě výrazněji potvrzuje myšlenku Davida Hendyho, kterou uvádí na samém začátku té nejcitovanější knihy této práce, a to, že rozhlas zůstává tím nejdůležitějším médiem (David Hendy opravdu toto adjektivum uvádí ve třetím stupni – pozn. autorky), zkrátka médiem, které dosahuje nejdále a proniká nehlouběji.¹⁰¹

3. Analýza charakteristik *Any Questions?* ve srovnání s obecnými charakteristikami diskusního pořadu

Jak již bylo uvedeno výše, v pořadu *Any Questions?*, tak jako v každém jiném diskusním pořadu, se uplatňuje hlavně dialog. Beseda, další žánr v pořadu uplatněný, je pak podle odborné statě „Fenomén konverzace: žánr, styl, jazyk, současné podoby“ od Jany Hoffmannové pouze jedním z existujících druhů dialogu.¹⁰² Východiskem pro analýzu *Any Questions?* tedy bude analýza dialogu samotného.

Jana Hoffmannová a Olga Müllerová v knize *Kapitoly o dialogu*, knize stěžejní pro následující jazykovou analýzu, uvádí, že „dialog představuje bezpochyby jednu ze základních forem lidské (a nejen lidské) interakce, aktivního kontaktu mezi lidmi; je prostředkem jejich dorozumívání (ačkoli často může vést i k nedorozumění nebo

⁹⁹ HENDY, *Radio in the Global Age* 56-57 s.

¹⁰⁰ Tamtéž.

¹⁰¹ HENDY, *Radio in the Global Age* 2 s.

¹⁰² HOFFMANNOVÁ, Jana. Fenomén konverzace: žánr, styl, jazyk, současné podoby [online]. Praha: leden 2011 [cit. 2012-04-21]. Dostupné z WWW: <<http://ff.cuni.cz/FF-72-version1-profteze.doc>>.

neporozumění), výměny informací, společné činnosti, utváření vzájemných vztahů...“¹⁰³ Dialog je v mnoha ohledech těžké jednoznačně definovat, neboť každá z definic považuje za stěžejní rysy dialogu něco jiného: Hoffmannová a Müllerová uvádí dvě definice, na kterých se shoduje většina definic: zaprvé, dialog je veden minimálně dvěma, ale i více účastníky, případně celou skupinou lidí. Zadruhé, je založen na tom, že v roli mluvčího a posluchače se jednotliví účastníci střídají: ten, kdo (v mluveném dialogu) zrovna hovoří, zastává aktivní komunikační roli, zatímco ten, který naslouchá, je v roli pasivní. Pokud se dialogu účastní jen dva partneři, role se pravidelně střídají. Pokud je jich však více, je průběh rozhovoru komplikovanější.¹⁰⁴

Jako dialog pak můžeme také označovat tzv. dialogizovaný monolog. Samostatným monologem je, na rozdíl od dialogu, označována „charakteristická souvislá, nepřetržitá řečová aktivita jednoho z účastníků komunikace. Účastníci se nestřídají v rolích mluvčího a posluchače, jejich rozdělení na komunikačně aktivní a pasivní je v celém průběhu jejich dorozumívání stabilní a nemění se. Sdělování se zde uskutečňuje pouze v jednom směru – od mluvčího k posluchači (posluchačům)“¹⁰⁵. V tomto místě pak Hoffmannová s Müllerovou poznamenávají, že mezi dialogem a monologem nelze vést přesnou dělicí čáru, a že se tedy v komunikaci může vyskytnout množství přechodných útvarů: dialogizovaný monolog je právě jedním z nich. Na dialogizovaném monologu (i jiných přechodných útvarech) je pak možné zkoumat několik faktorů, například míru adresnosti (adresovanosti) řeči mluvčího. To znamená, že mluvčí vstupuje do rozhovoru předpokládaje určité znalosti a zkušenosti na straně svých posluchačů, a může se na ně tedy kdykoli odvolávat, předpokládat reakce těchto posluchačů nebo posluchače oslovovat. Dalším faktorem při zkoumání těchto přechodných útvarů je také zpětná vazba, jinými slovy potenciální možnost posluchačů reagovat na promluvy mluvčího: reakce nemusí být pouze verbální, může to být také potlesk, smích či pokyvování hlavou. Podle Hoffmannové s Müllerovou jsou právě tyto prostředky, které vytvářejí určité dialogické kvality, a to i přesto, že se účastníci pravidelně nestřídají v příslušných komunikačních rolích.¹⁰⁶ Takový dialog pak může být označen jako dialog v uvozovkách: jako příklad může posloužit třeba dialog učitele se třídou, dialog řečníka nebo recitátora se svými posluchači nebo dialog rozhlasového

¹⁰³ HOFFMANNOVÁ, Jana. MÜLLEROVÁ, Olga. *Kapitoly o dialogu*. Praha: Pansofia, 1994. 13 s.

¹⁰⁴ Tamtéž.

¹⁰⁵ Tamtéž.

¹⁰⁶ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 13-14 s.

či televizního spíkra s posluchači rozhlasu nebo televizními diváky.¹⁰⁷ Dalším přechodným útvarem může být i tzv. paralelní monolog: tím označujeme situaci, ve které dvě osoby vedou dialog, to znamená, že se střídají ve svých promluvách, ale spíše než spolu mluví vedle sebe a „míra jejich nepochopení a odcizení je tak vysoká, že mluví vlastně každý o něčem jiném“¹⁰⁸. Všechny výše uvedené druhy dialogů může me identifikovat také v pořadu *Any Questions?*.

Hranice mezi dialogem a monologem, jak již bylo napsáno, nemůže být přesně definována. Kniha *Kapitoly o dialogu* uvádí názor některých odborníků, že „původní, přirozenou formou lidské komunikace je dialog...“, dále také, že „i vlastní podstata monologu je dialogická a bývá pouze dočasně a různými způsoby zastírána“.¹⁰⁹ Podle vztahů a kvalit partnerů, kteří se komunikace účastní, tak rozpoznáváme, zda je konverzace v daném místě spíše monologické nebo dialogické povahy. Když jsou oba partneři stejně zdatní ve svých komunikačních schopnostech, jejich dialogy jsou vyvážené co do úrovně i do rozsahu a pravidelně se střídají. Když však jeden z partnerů nějakým způsobem konverzaci dominuje (například věkem, vzděláním, společenským postavením nebo již výše zmíněnými komunikačními schopnostmi), komunikace se podle Hoffmannové s Müllerovou stává asymetrickou, a dialog tak může i ve svém průběhu přejít v monolog tím, že se role mluvčího a posluchače (posluchačů) stabilizuje.¹¹⁰

Hoffmanová například tvrdí, že tyto druhy mediálního diskursu (tak se označují druhy dialogů v tisku, rozhlase či televizi) v poslední době také podléhají čím dál větší familiarizaci či deformalizaci.¹¹¹ To znamená, že se v dialogu v čím dál tím větší míře uplatňuje neformální, konverzační diskurs, který jinak v patří do soukromé, nikoli veřejné sféry: moderátoři se za účelem zvýšení sledovanosti nebo poslechovosti podbízí divákům užíváním důvěrných nebo přátelských frází¹¹², což je přijatelné pouze v některých typech pořadů, mezi které *Any Questions?* však nepatří. Způsob, kterým je realizován tento diskurs v pořadu *Any Questions?*, bude popsán v následující části.

Pro detailní analýzu pořadu *Any Questions?* je na konci této práce prezentován také doslovný přepis jedné z epizod, a to té, která byla odvysílána 12. srpna 2011 a

¹⁰⁷ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 14 s.

¹⁰⁸ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 15 s.

¹⁰⁹ Tamtéž.

¹¹⁰ Tamtéž.

¹¹¹ HOFFMANNOVÁ 3 s.

¹¹² Tamtéž.

kteřá, jak již bylo napsáno v předmluvě, byla vybrána pro detailní analýzu právě pro to, že téma v ní probírané je ze žurnalistického hlediska velmi atraktivní a dobře srozumitelné i pro zahraničního pozorovatele. Další část této práce proto bude odkazovat na konkrétní místa daného transkriptu, jehož jednotlivé řádky jsou pro větší přehlednost ještě očíslované. Transkript vytvořený z odposlechu dané epizody může samozřejmě obsahovat nepřesnosti, za které se autorka této práce předem omlouvá.

3.1. Analýza konkrétních aspektů epizody pořadu

AnyQuestions? odvysíláné 12. srpna 2011

Aby bylo vůbec možné dialog realizovat, jeho účastníci musí být v přímém kontaktu. To je fyzicky umožněno právě panelem Any Questions?: jeho účastníci sedí ve své bezprostřední blízkosti. Na začátku analýzy je také vhodné krátce zopakovat již definované typy dialogů a doplnit je o termíny, které Hoffmannová s Müllerovou zavádí pro konkrétní situace, jako jsou právě ty z Any Questions?: vedle paralelního monologu a dialogizovaného monologu existuje ještě pojem polylog, který označuje dialog s více než dvěma účastníky.¹¹³ Pro odlišení dialogu s pouhými dvěma účastníky je pak možné užít pojem duolog.¹¹⁴ Tato práce bude v obecné rovině používat nadřazený termín dialog.

Prvním aspektem vhodným ke zkoumání je míra připravenosti dialogu. V případě mluvené besedy přenášené rozhlasem jde podle Hoffmannové s Müllerovou většinou o (alespoň částečně) připravovaný dialog¹¹⁵. V našem případě, což je patrné ze všech odposlechnutých epizod pořadu, se však mohou vyskytnout i dialogy nepřipravené, spontánní. Ty pak vykazují větší počet nedostatků z hlediska námi zkoumaného diskursu: obsahují větší počet pauz, takzvaných falešných začátků¹¹⁶ nebo výplňkových slov či frází. Všechny výše zmíněné prostředky jsou prostředky jazykové. Co ale není možné rozpoznat z daného transkriptu (neboť transkript se soustředí hlavně na přepis mluveného slova), jsou prostředky nejazykové, jako jsou například gesta, pohyby, smích nebo i různě dlouhé mlčení jednoho z partnerů¹¹⁷, které ale k realizaci

¹¹³ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 20 s.

¹¹⁴ Tamtéž.

¹¹⁵ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 18 s.

¹¹⁶ Falešným začátkem se označuje začátek větné konstrukce, která je však záhy přerušena. Mluví začíná znovu pomocí jiné větné konstrukce a tou pak zpravidla větu i dokončuje.

¹¹⁷ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 20 s.

dialogu patří stejnou měrou. Tohle všechno jsou prostředky, které mohli pozorovat pouze diváci v místě, kde se panel *Any Questions?* konal. Posluchači u svých rozhlasových přijímačů, stejně jako i autorka této práce, se můžou zaměřit pouze na analýzu prostředků jazykových a při vlastním poslechu epizody také na některé prostředky nejazykové, například významové pauzy nebo smích.

Dalším aspektem, který je možný zkoumat u dialogu, je jeho členění. To je tím komplikovanější, čím více se partneři v řeči přerušují: tím, že nekladou své repliky vždy přímo za sebou, že neberou vždy ohledy jeden na druhého nebo že ne vždy dobře spolupracují, činí z dialogu mnohvrstevnatý útvar složený z více jednotek, které není možné vždy přesně ohraničit.¹¹⁸ Hoffmannová s Müllerovou říkají, že „harmonický dialog založený na souladu partnerů má obvykle jasnější členění a přehlednější výstavbu než dialog konfliktní“ a „že si musíme uvědomit, že ostré, příkré nebo vzrušené výměny názorů jsou sice bohatší o některé komunikační hodnoty (dramatičnost, napětí, emocionalita), jasnost a přehlednost se však z jejich výstavby vytrácí – a podle toho musíme v rozhovorech orientovat své strategie“¹¹⁹. Podíváme-li se na přepis dané epizody, zjistíme, že v něm můžeme konfliktní dialogy lokalizovat velmi snadno. Z jejich poslechu je pak patrné, že obsahují všechny výše vyjmenované prvky (dramatičnost, napětí, emocionalitu) a že čím větší míru těchto kvalit dané dialogy vykazují, tím méně přehlednými se stávají. V tomto bodě je také nutné přesně definovat termín replika: podle Hoffmannové s Müllerovou je to základní jednotka členění textu, čímž se rozumí každý souvislý úsek textu, který pronese jeden z účastníků rozhovoru, aniž by ho vystřídal nebo přerušil jiný mluvčí.¹²⁰ Replika je pak tvořena jednou nebo dvěma výpověďmi: ty podle Hoffmannové s Müllerovou představují „úseky textu, které jsou od sebe odděleny především prostředky zvukovými: jejich hranice vytvářejí obvykle koncové intonační kadence (poklesnutí hlasem)“¹²¹. V některých případech ale mluvčí klesnout hlasem nemusí, například když nechce, aby mu do hovoru vpadl jiný mluvčí, nebo neví, zda by měl svou výpověď takto ukončit. Obecně však výpověď definujeme jako „ucelenou, soudržnou, jasně ohraničenou jednotku po stránce syntaktické, významové i zvukové“¹²². Repliky, které danou výpověď skládají, je pak možné rozdělit na jednotlivé syntaktické konstrukce:

¹¹⁸ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 21 s.

¹¹⁹ Tamtéž.

¹²⁰ Tamtéž.

¹²¹ Tamtéž.

¹²² HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 22 s.

příkladem takových konstrukcí mohou být i výplňkové fráze zmíněné výše. Repliky mohou být také nestejně dlouhé: Hoffmannová s Müllerovou dodávají, že v přirozeném dialogu se často setkáváme i s krátkými, úsečnými replikami¹²³, jako například „ano“ nebo „proč?“. Tyto repliky je možné najít i v transkriptu epizody *Any Questions?* (například řádky 60–64): první repliku tvoří ucelená syntaktická konstrukce, zatímco některé z následujících replik už jsou pouhými fragmenty (tak je nazývá Hoffmannová s Müllerovou) odvozenými z tohoto úplného vyjádření a skládají se buď ze slovního spojení, nebo z jediného slova.¹²⁴ Z toho plyne, že ani výpověď, ani replika nemusí mít podobu celé věty: mohou být obsazeny eliptickými konstrukcemi. Nebo se naopak replika může skládat ze dvou navzájem se překrývajících vět: mluvčí začne realizovat nějakou syntaktickou strukturu, ale protože se soustředí spíše na její obsah, může snadno ztratit orientaci a plynule přejít na realizaci jiné syntaktické struktury¹²⁵ (tento jev se v češtině nazývá anakolut a v mluveném projevu se vyskytuje velmi často, v dané epizodě *Any Questions?* například na řádce 525).

Samotné repliky se pak skládají do vyšších celků zvaných sekvence: to jsou podle Hoffmannové s Müllerovou „několikačlenné výměny replik mezi partnery, nejčastěji skupiny 2–3 (ev. i více) replik, v nichž na sebe účastníci dialogu vzájemně reagují a řeší jejich prostřednictvím určitý komunikační úkol“¹²⁶. Asi nejznámější dvojice replik jsou dvojice otázka-odpověď¹²⁷ (například řádky 154–155). Tady je na místě zmínit problém, který vzniká při větším počtu účastníků diskuse, a to, který z účastníků se v dané chvíli ujme slova a jaké okolnosti ho přitom provází¹²⁸ (Hoffmannová s Müllerovou v tomto bodě jmenují mnoho různých okolností, z nichž všechny mohou být identifikovány v dané epizodě pořadu *Any Questions?*), a také to „zda je mluvčí vyvolán předchozím mluvčím, zda se sám prosadí, skočí partnerovi do řeči, zda začne svou repliku až po dlouhé pauze, kdy se nikdo jiný k řeči nemá apod.“¹²⁹. Markantní předěly, které podle Hoffmannové s Müllerovou „přímo volají po vystřídání mluvčích“, jsou v místech, kde končí více způsobů dialogové segmentace (kde se například uzavírá¹³⁰ syntaktická konstrukce i intonační a obsahový celek). Z

¹²³ Tamtéž.

¹²⁴ Tamtéž.

¹²⁵ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 23 s.

¹²⁶ Tamtéž.

¹²⁷ Tamtéž.

¹²⁸ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 27 s.

¹²⁹ Tamtéž.

¹³⁰ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 27 s.

analýzy dialogů, které se objevují v *Any Questions?*, je však patrné, že množství takovýchto „dokonalých“ předělů je minimální a že jednotliví mluvčí se přerušují hlavně v momentech, kdy jeden s druhým nesouhlasí (řádky 233–235).

Hoffmannová s Müllerovou ve své knize pracují s mechanismem střídání mluvčích zastávaných americkou školou tzv. konverzační analýzy. (Tato analýza pracuje s předpokladem, že o účastnících není nic předem známo, tedy že při analýze musíme vycházet pouze z porozumění účastníků samotných; „perspektiva konverzační analýzy nás vede přímo do nitra konkrétního interakčního dění“.)¹³¹ Tento mechanismus je založen na třech následujících pravidlech: zaprvé, mluvčí už při pronášení své repliky zvolí dalšího mluvčího jako toho, jenž ho bude následovat, například otázkou nebo jemu určeným pohledem. Takto vybraný mluvčí není pouze vyzván, podle Hoffmannové s Müllerovou je dokonce povinován dialog „převzít“ a ostatní mluvčí to respektují. Zadruhé, pokud samotný mluvčí neurčí v průběhu své promluvy svého nástupce, v momentě potenciálního předělu se může slova ujmout kdokoli, důležité pouze je, aby začal svou promluvu rychleji než někdo jiný. Jestliže se stane, že začne mluvit několik účastníků naráz, buď zvítězí ten, který začal mluvit jako první, nebo ten, který si získá respekt ostatních agresivitou nebo hlasitostí svého projevu. V této konkurenci pak zpravidla uspěje ten, kdo je přesvědčen, že jeho replika se nejvíce vztahuje k dialogu nebo že má jednoduše „nejvíce říct“. (Mluvčí by se měli samozřejmě prosazovat asertivně, ale ne bezohledně.) Zatřetí, když mluvčí neurčí svého nástupce a během předělu se nikdo neujme slova, může po pauze pokračovat v řeči dosavadní mluvčí.¹³² Toto jsou všeobecně známá pravidla dialogu, která by měli všichni účastníci dialogu dodržovat. Ve vybrané epizodě *Any Questions?* se sice objevují některé situace popsané v bodu dvě, ale transkript pořadu dokazuje, že se mluvčí spíše navzájem přerušují, snaží se převzít slovo a jejich repliky se na některých místech navzájem překrývají. Přestože existuje pravidlo, které by mělo takovým situacím zabráňovat, mluvčí jej často nerespektují. (Takové pravidlo by průběh dialogu signifikantně zlehčovalo, avšak fungovalo by pouze na teoretické rovině.) V praxi se tedy podle Hoffmannové s Müllerovou objevují dva jevy, nastíněné již v předchozích řádcích: přesah dvou či více replik a přerušování repliky jiným mluvčím.¹³³ Přesah vzniká, když „dosavadní mluvčí neurčí dalšího mluvčího a některý z jeho partnerů se sám rozhodne stát se dalším

¹³¹ HOFFMANNOVÁ, Jana. MÜLLEROVÁ, Olga. *Čeština v dialogu generací*. Praha: Academia, 2007. 222 s.

¹³² HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 27–28 s.

¹³³ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 28 s.

mluvčím: pod tlakem situace nebo z pocitu naléhavosti vlastního sdělení však vpadne do repliky předchozího mluvčího s nepatrným předstihem, obvykle jednu až dvě slabiky před potenciálním předělem“, za těch podmínek, že „dosavadní mluvčí neurčí dalšího mluvčího a na místě potenciálního předělu v dialogu začnou najednou mluvit dva i více účastníků“, kteří spolu „soutěží“ způsobem, který byl popsán výše, nebo když „se dosavadní mluvčí na předělu rozhodne pokračovat v řeči, zároveň s ním však vstoupí do hovoru jiný účastník“¹³⁴. K přerušení naopak nedochází v místě potenciálního předělu nebo v jeho blízkém okolí, ale uprostřed repliky. Partner tak hrubě porušuje komunikační normy platné pro vedení dialogu a také pravidla společenské etikety.¹³⁵ Tyto dva jevy navíc nemůžeme přesně odlišit: v transkriptu epizody *Any Questions?* však můžeme najít mnoho příkladů a ty posléze porovnat. Například v řádcích 75–79 jde spíše o přerušení: první mluvčí zjevně nemá v plánu svou promluvu v dohledné době ukončit a jiný účastník dialogu ho záměrně přerušuje. O přesah se může jednat na řádce 173: mluvčí se zjevně blíží ke konci své promluvy, když svoji promluvu počne další mluvčí.

Podle Hoffmannové s Müllerovou se speciálně u veřejných debat dbá na to, aby všichni účastníci měli zhruba stejný počet replik, přičemž jejich pořadí v diskusi bývá buď určeno předem, nebo řízeno moderátorem.¹³⁶ V případě *Any Questions?* je to právě moderátor, který i za cenu přerušování jednotlivých účastníků dohlíží na jejich pravidelné střídání. To samé se týká i samotné délky těchto replik: na rozdíl od běžného dialogu, kde je jejich délka variabilní, je dialog ve veřejné diskusi často limitován tak, aby měli všichni účastníci rovné šance na zapojení do diskuse (účastníci by měli být také tímto způsobem instruováni)¹³⁷. Když se však diskuse účastní dominantní mluvčí, který nerespektuje pravidla, jimiž jsou veřejné diskuse řízeny, a neumožní vstupy ostatním účastníkům, může se dialog snadno změnit v monolog. V pořadu *Any Questions?* můžeme najít i tyto příklady (řádky 413–484).

Důležité jsou také opravy, ať už jde o opravy týmž mluvčím, který se chyby dopustil, nebo mluvčím jiným. Účastníci hovoru totiž mohou mít potřebu zkorigovat to, co bylo řečeno, takže mohou nastávat následující situace: mluvčí se opraví sám, z vlastní iniciativy, nebo se opraví z iniciativy jiného mluvčího, nebo je přímo opraven

¹³⁴ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 28–29 s.

¹³⁵ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 29 s.

¹³⁶ Tamtéž.

¹³⁷ Tamtéž.

dalším mluvčím, který danou chybu nebo nepřesnost zaregistroval.¹³⁸ Taktnější samozřejmě je, když danému mluvčímu dáme příležitost, aby se opravil sám, a na chybu ho upozorníme otázkou nebo jakýmkoli jiným podnětem. Může se však stát, že jiný mluvčí vstoupí do dialogu jiného mluvčího tím, že ho „bez okolků“ přeruší: v pořadu *Any Questions?* můžeme najít těchto situací hned několik (možným vysvětlením je, že mluvčí chtějí za každou cenu prosadit svůj názor, a jakmile zaslechnou vyjádření, se kterým nesouhlasí – často jde o vyjádření mluvčího zastupujícího jinou politickou stranu – neváhají svým názorem přerušit jeho promluvu, jako například v řádcích 230–241 nebo 270–281). Tato přerušení se dějí za jedním účelem: mluvčí se snaží přesvědčit další mluvčí i publikum, že jeho názor je ten správný: vytváří tak argumentační celky, kterým se říká sekvence.¹³⁹ Větší jednotkou, která argumentační celky zaštiťuje, jsou tematické bloky. Do těch se člení témata, která jsou předem stanovena k projednání na veřejné diskusi, a diskuse je pak regulována tak, aby se teprve po vyčerpání jednoho tématu mohlo přistoupit k druhému. V diskusi tak můžeme rozlišit tři základní fáze: fázi úvodní, kterou se dialog otevírá a ve které se vyměňují pozdravy, fázi středovou, která tvoří vlastní obsah dialogu, je nejrozsáhlejší, rozdělena do několika dílčích témat, v níž se vytváří již výše zmíněné tematické bloky, a posléze fázi koncovou a závěrečnou, které nastávají po projednání všech témat.¹⁴⁰

Důležitou roli v dialogu hrají i pauzy. Ty Hoffmannová s Müllerovou definují jako „zvukové prostředky, které se výrazně podílejí na utváření jednotek v dialogu“¹⁴¹. Dialog tak podle Hoffmannové s Müllerovou může probíhat několika způsoby: jestliže dosavadní mluvčí zvolí dalšího mluvčího, ale po jeho promluvě vznikne pauza, znamená to, že zvolený mluvčí váhá, nechce se ujmout slova nebo neví, co říci. Jestliže dosavadní mluvčí neurčí dalšího mluvčího a po jeho promluvě vznikne pauza, znamená to, že se nikdo jiný nechce ujmout slova nebo neví, jak reagovat. Jestliže nikdo nepokračuje a ani původní mluvčí se nechce znovu ujmout slova, rozhovor obvykle končí.¹⁴² V pořadu *Any Questions?* se mnoho pauz nevyskytuje. Pořadí mluvčích je buď určeno moderátorem, nebo se sami mluvčí hlásí o slovo. V případě *Any Questions?* tedy není nutné zmiňovat různou délku pauz jako výrazový prostředek, neboť v *Any*

¹³⁸ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 30 s.

¹³⁹ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 31 s.

¹⁴⁰ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 31–32 s.

¹⁴¹ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 33 s.

¹⁴² Tamtéž.

Questions slouží pauzy pouze jako předěl mezi promluvami, neznačí tedy neochotu odpovědět nebo nesouhlas.

Co však slouží jako častý prostředek všech účastníků, jsou výrazy, které Hoffmannová s Müllerovou nazývají členicí signály, protože jednou z jejich funkcí je právě členění dialogu¹⁴³. Hoffmannová s Müllerovou je definují jako „většinou krátké, neplnovýznamové výrazy, které bývají řazeny mezi částice, ev. i mezi citoslovce, příslovce, anebo o ustrnulé slovesné tvary“¹⁴⁴. Můžou se vyskytovat buď na začátku repliky, tam, kde chceme získat zájem partnera nebo na něj apelovat. V pořadu *Any Questions?* je to například výraz „look“ (řádek 104). Na konci repliky tyto výrazy slouží k navázání kontaktu s partnerem, když se dožadujeme jeho reakce na naši promluvu, například „že?“, „vid’?“, „ne?“. Zdá se, že v dané epizodě *Any Questions?* se tyto výrazy nevyskytují. Důvodem může být i fakt, že se panelisté často neobracejí k sobě navzájem a že tím, kdo na jejich repliky reaguje, je většinou moderátor diskuse, jenž tak označuje dalšího mluvčího, nebo další mluvčí, který ale není k řeči vyzván a sám se rozhoduje původního mluvčího přerušit. Třetím typem dělicích signálů jsou výrazně reaktivní repliky, kterých účastníci užívají k reakcím na předchozí promluvu partnera, například k vyjádření souhlasu nebo nesouhlasu („ano“, „takže“, „aha“ a jiné).¹⁴⁵ V *Any Questions?* jde hlavně o výrazy jako „yes“ (řádek 244) nebo neformální „yeah“ (řádek 234). Spolu s výplňkovými výrazy zmíněnými na začátku této kapitoly – s výrazy jako „well“ (řádek 341) nebo „I think“ (řádek 386) – signalizují začátky, někdy i konce replik účastníků dialogů.

Co se týče témat v dialogu, dialog může mít jedno hlavní téma, které je možné v průběhu dialogu modifikovat. Jindy může být dialog zaměřen na více témat, což se podle Hoffmannové s Müllerovou odvíjí od typu dialogu: ve veřejné diskusi jsou většinou témata odvozena jedno od druhého, přičemž spolu logicky souvisí.¹⁴⁶ To je přesně příklad pořadu *Any Questions?*: v epizodě analyzované touto prací se vyskytuje pouze jedno hlavní téma, neboť je natolik závažné, že „zabere“ celý čas vyměřený diskusi. V jiných epizodách se vyskytuje několik témat, o kterých panelisté diskutují separovaně, v pořadí, v jakém jsou jim kladeny otázky z publika. Tato témata jsou na sobě tedy nezávislá (nebo závislá úplně minimálně) a přibližně stejně závažná.¹⁴⁷

¹⁴³ Tamtéž.

¹⁴⁴ Tamtéž.

¹⁴⁵ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 33-34 s.

¹⁴⁶ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 35 s.

¹⁴⁷ Tamtéž.

Nad danými tématy se pak účastníci diskuse mohou buď shodnout, nebo si navzájem odporovat. Navíc se nemusí shodnout ani na tom, zda o daném tématu chtějí hovořit. Pokud jsou oba ochotní o tématu diskutovat, mluvíme o tematickém souladu partnerů. Jestliže dojde k porušení tematického souladu, dialog se může vyvíjet dvěma způsoby: druhý partner přistoupí na nové téma, zvláště když je mluvčí respektovanou osobností, nebo druhý partner téma neakceptuje, čímž dochází ke konfliktu a následně pak k „zápasu o téma“.¹⁴⁸ Nastávají i případy, kdy host nerespektuje pokyny moderátora a v tématu pokračuje, což je častým úkazem i v námi zkoumané epizodě *Any Questions?* (řádky 223–228). Také existují případy, ve kterých je vzniklý konflikt motivovaný jinak než zápasem o téma: v těchto případech jde spíše o střet rozdílných názorů nebo postojů partnerů v diskusi. Právě tyto konflikty se podle Hoffmannové s Müllerovou odstraňují změnou tématu a nastolením nového tematického souladu.¹⁴⁹ V tomto bodě také *Kapitoly o dialogu* zmiňují tzv. Griceovy konverzační maximy: kompletní analýza diskursu je však nad rámcem této práce, proto se jazyková analýza omezuje pouze na body, které mohou být snadno demonstrovatelné pomocí transkriptu a čísel označujících jeho řádky. Co je však relevantní a snadno rozpoznatelné, je tematická výstavba daných dialogů, jež je těsně vázána na prostředí, ve kterém se odehrává. V případě *Any Questions?* je to prostředí institucionální: v takovém prostředí je téma buď stanoveno předem, nebo je alespoň vymezen tematický okruh, ve kterém se budou účastníci diskuse pohybovat. Vzhledem k tomu, že panelisté jsou většinou lidé z politického, ekonomického či mediálního světa a *Any Questions?* se vždy dotýká aktuálních témat, panelisté dopředu vědí, nebo alespoň tuší, jaká témata budou prodiskutována.¹⁵⁰ Témata jsou většinou kontroverzní a panelisté na ně obvykle mají odlišné názory. Vzájemná výměna informací pak v ideálním případě vede k vyřešení daného problému, nebo aspoň k jeho zviditelnění.¹⁵¹ Moderátor je pak tím, kdo rozhoduje o tematické výstavbě daných dialogů, nebo usměrňuje jejich průběh. Podle Hoffmannové s Müllerovou také do diskuse zavádí nová témata, navrhuje ukončení hovoru o daném tématu a zajišťuje udržování tematického souladu. Dohlíží také na to, aby účastníci neodbíhali k dílčím nebo nedůležitým informacím: v tomto ohledu, jak se zdá, je Jonathan Dimbleby velmi úspěšný. V dané epizodě *Any Questions?* můžeme

¹⁴⁸ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 36 s.

¹⁴⁹ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 36–37 s.

¹⁵⁰ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 39 s.

¹⁵¹ Tamtéž.

najít mnoho příkladů, kdy je zapotřebí moderátorova usměrnění účastníků rozhovoru (například řádky 58–79).

Jak již bylo napsáno, podle Hoffmannové s Müllerovou můžeme rozeznávat mnoho typů rozhovorů, dělených podle různých kritérií: podle počtu účastníků, podle toho, zda jsou dialogy řízené nebo spontánní, podle cíle dialogu, podle toho, zda je dialog přímý či zprostředkovaný, soukromý či veřejný, podle osobních vlastností mluvčího nebo podle sociální role, kterou mluvčí zastupuje.¹⁵² Ve zkoumané epizodě *Any Questions?* jde jednoznačně o skupinovou komunikaci, v níž se účastníci střídají přibližně stejně a v níž nikdo neustupuje (nebo nemá ustupovat) do pozadí. Na rozdíl od neřízených dialogů, ani velký počet účastníků by neměl znamenat potíže při udržení tématu nebo při zavádění témat nových. Průběh řízených dialogů je podle Hoffmannové s Müllerovou určován tím účastníkem, který v nich má dominantní úlohu. Ten daný rozhovor řídí tak, aby odpovídal jistým pravidlům nastaveným právě pro daný typ diskuse: průběh komunikace je tak uspořádán podle ustáleného komunikačního modelu.¹⁵³ Na veřejné diskuse se pak zpravidla účastníci připravují tím, že si stanoví cíl, kterého chtějí dosáhnout, a také prostředky, kterými ho chtějí dosáhnout. Tento cíl je v institucionalizovaných rozhovorech, jakou jsou ty v pořadu *Any Questions?*, předem dán: přinést řešení nebo alespoň zviditelnění probíraných problémů. Když je komunikace úspěšná, dochází na konci diskuse k nějakému názorovému posunu, ke změně vztahů partnerů nebo k vylepšení vzájemného porozumění, k vyjasnění pozic či stanovisek jednotlivých účastníků.¹⁵⁴ Tito účastníci jsou si zároveň vědomi toho, že jejich výroky jsou sledovány publikem, což by je podle Hoffmannové s Müllerovou mělo nutit „k potlačování expresivních a emocionálních prostředků, k uvážené volbě témat i strategii jejich rozvíjení“¹⁵⁵. Co se týče výše zmíněných emocionálních prostředků, v obzvláště vypjatých situacích analyzované epizody *Any Questions?* je můžeme pozorovat také (například v řádcích 441–459 užívá jeden z účastníků zvýšeného tónu hlasu jako výrazového prostředku, což však z daného transkriptu není patrné, pouze ze samotného poslechu epizody). Při takových situacích by si měli účastníci uvědomit svou sociální roli se statutem, který daná role přináší, a nevybočovat z ní (jako příklad uvádí Hoffmannová s Müllerovou třeba přezíravý tón politiků, který

¹⁵² HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 53–59 s.

¹⁵³ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 55 s.

¹⁵⁴ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 56 s.

¹⁵⁵ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 58 s.

se k jejich vedoucímu postavení nehodí¹⁵⁶: v epizodě pořadu *Any Questions?* jsou to zejména vzájemná přerušování a neochota ustát v dialogu, ačkoli k tomu moderátor daného účastníka vyzývá, například v řádcích 239–247). K volbě jazykových prostředků, které jsou vlastní mluveným dialogům, patří kromě již zmíněných anakolutových konstrukcí a oprav také nezáměrné opakování slov (řádek 460), hojný výskyt deiktických prostředků (prostředků odkazujících na mimojazykovou skutečnost – řádek 633) nebo opakování slov nebo víceslovných výrazů v sobě blízkých replikách (řádky 177–180).¹⁵⁷ Hoffmannová s Müllerovou také patřičně upozorňují na výraz „no“ (v angličtině můžeme za jeho ekvivalent označit slovo „well“). To může signalizovat potenciální možnost mluvčího zaujmout odlišné stanovisko než předešlý mluvčí, v jiných případech však může jít pouze o nadměrné užívání tohoto slova.¹⁵⁸ V analyzované epizodě *Any Questions?* se „well“ objevuje poměrně hojně na začátku replik jednotlivých účastníků (například v řádcích 20, 38 nebo 103). Spolu s výrazem „I think“ tak často začínají repliky, jimiž účastník diskuse zodpovídá položenou otázku. Tato otázka pak může být podle Hoffmannové s Müllerovou dvojího typu: existují otázky zavřené, na které se očekává stručná, krátká odpověď. V pořadu *Any Questions?* se však vyskytuje spíše druhý typ otázek, a to otázky otevřené. Ty naopak vyžadují delší, komplexnější odpovědi a obvykle se uvozují výrazy jako „proč“ nebo „jak“.¹⁵⁹ Důležitým faktorem při výměně replik jednotlivými partnery je také zdvořilost, která se promítá jednak do oslovení dalších účastníků i do způsobu, jakým se realizuje celkový styk partnerů v komunikaci. V konfliktní komunikaci pak podle Hoffmannové s Müllerovou „nabývají na významu další zvukové prostředky, především intenzita, síla hlasu a tempo řeči“¹⁶⁰. Hlas totiž zesiluje ten mluvčí, který se chce dostat ke slovu, nebo ten, který se slova nechce vzdát, a rozhovor tak nabývá na emocionalitě. Mluvčí si však také může vybudovat respekt způsobem právě opačným: klidným, nevzrušeným hlasem a normálním tempem řeči.¹⁶¹ Přestože z transkriptu zkoumané epizody nemohou být všechny tyto výše zmíněné aspekty patrné, poslech dané epizody jejich přítomnost vykazuje, a teoretické poznatky Hoffmannové s Müllerovou o charakteristice dialogu

¹⁵⁶ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 59 s.

¹⁵⁷ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 72–75 s.

¹⁵⁸ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 78 s.

¹⁵⁹ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 80 s.

¹⁶⁰ HOFFMANNOVÁ, MÜLLEROVÁ, *Kapitoly o dialogu* 83 s.

¹⁶¹ Tamtéž.

tak platí i v praxi (a to i přesto, že zkoumaný pořad je v anglickém jazyce a kniha *Kapitoly o dialogu* citovaných autorek uvádí příklady z jazyka českého).

Závěr

Tato bakalářská práce analyzuje formát diskusního pořadu BBC Radia 4 s názvem *Any Questions?*. Protože jde o rozhlasový pořad založený na panelové debatě vedené moderátorem, podstatou analýzy pořadu je dialog a žánry z něj odvozené. Ty v teoretické rovině představuje kapitola s názvem *Dialogické formy rozhlasové publicistiky a jejich uplatnění v diskusním pořadu*. Aby mohl být pořad *Any Questions?* důkladně analyzován, musí být nejprve popsáno prostředí, v němž vzniká a jehož pravidlům je podřízen. Kapitola *Charakteristika pořadu BBC Radia 4 Any Questions?* se tak nezabývá pouze popisem pořadu a procesem jeho vzniku, ale také samotnou BBC jako médiem veřejné služby. Kapitola *Analýza charakteristik Any Questions?* ve srovnání s obecnými charakteristikami diskusního pořadu pak přináší teoretické informace o způsobu vedení dialogu z jazykového hlediska. Tyto teoretické poznatky jsou pak aplikovány na jednu detailně zkoumanou epizodu pořadu s odkazy na konkrétní místa v přepisu dané epizody nacházející se v příloze.

Právě část obsahující jazykovou analýzu je kvůli stanovenému rozsahu bakalářské práce poněkud omezena. Dialogy jednotlivých mluvčích v diskusi by jako mediální diskurs mohly být analyzovány blíže, například z hlediska již výše zmíněných Griceových maximů nebo mluvních aktů. Části jednotlivých promluv by také mohly být přepsány pomocí značek pro diskursní analýzu, signalizujících například intonační jednotky, pauzy, fonetickou transkripci, překryv dvou jednotek nebo stoupající či klesající intonaci. Takový přepis je však velmi časově náročný, a patří tedy spíše do diplomové, ne bakalářské práce. Protože taková diskursní analýza není předmětem této bakalářské práce, v praktické části práce se vyskytuje pouze jazykový rozbor postavený převážně na knize *Kapitoly o dialogu* jako na práci vycházející z přístupu konverzační

analýzy. Na jeho další prohloubení spolu s detailní diskursní analýzou by se tedy mohla soustředit navazující diplomová práce. Tato bakalářská práce se soustředí hlavně na popis dialogických žánrů v diskusi a na způsob, jakým tyto žánry plní svůj cíl v takové diskusi. Transkript jedné z epizod pořadu *Any Questions?* pak představuje konkrétní příklad průběhu rozhlasové diskuse, a čtenář má tak možnost doplnit poznatky z vlastní části bakalářské práce četbou přepisu diskuse. Na závěr můžeme podotknout, že česká pravidla vedení dialogu a diskuse je možné aplikovat také na pořad vznikající v anglosaském prostředí: daná pravidla (či spíše zvyklosti) jsou, jak se zdá, tedy univerzálně platná. Pořad *Any Questions?* je tedy rozhlasová panelová diskuse, která podléhá formátu publicistického pořadu hlavně dialogickými žánry, které jsou v ní uplatněné, dále pak výběrem účastníků, kteří pocházejí ze všech stran politického spektra i všech oblastí veřejného života, a nakonec také jazykovými prostředky, které používá moderátor i účastníci diskuse ve svých vyjádřeních.

Summary

This BA thesis is concerned with the detailed analysis of *Any Questions?*, a programme broadcasted by BBC Radio 4. Since the programme is a panel discussion, introducing personalities from the worlds of politics and media along with their opinions on public matters, the description focuses mainly on the dialogue as a means of their presentation. The theoretical part thus describes the nature of dialogue as such and its use in the communicative function, and also the dialogue genres that are present in *Any Questions?*. In order to fully describe the given programme, the thesis also presents the environment in which this programme is created: one part of the thesis therefore deals with the description of BBC as a medium of public service. This part also describes the process of the creation of *Any Questions?*: the selection of locations, guests, the role of its presenter, and the way in which the programme communicates with the audience. The practical part then analyses the programme from the linguistic point of view. Firstly, it describes the general rules according to which discussions usually proceed, and secondly, it describes how these rules apply on one of the episodes

of *Any Questions?*: the transcript of this episode can be found attached to the thesis. This particular part of the thesis could also serve as a basis for further description: the dialogues could be further analyzed from the discourse perspective (for example from the point of view of the Speech act theory, or the Gricean maxims etc.). That would imply the addition of other markers to the transcript and thus provide a basis for a potential MA thesis.

What is, then, the main concern of this BA thesis is the analysis of dialogue genres and the way their rules apply in a panel discussion, which is also demonstrated by the transcript attached. The difficulties arise when it comes to the discrepancies between the Anglo-Saxon and Czech context: the literature used for references is in both languages, so there are certain problems with different terminology as well as with the different classification of journalistic genres. As opposed to the Czech journalism, the Anglo-Saxon journalism does not distinguish the two branches. The general analysis therefore applies the rules of the Czech distinction on the programme, and as a result, it can be stated that the rules can be applied universally. In conclusion, it can be stated that *Any Questions?* is a panel discussion that can be analyzed regarding the dialogue genres it applies, the panelists from the whole spectrum of political parties, and finally the linguistic means that are used by the presenter and the panellists in the discussion.

Použitá literatura

Knižní zdroje

CROOK, Tim. *International Radio Journalism: History, Theory and Practice*. Vyd. 1. London: Routledge, 1998. 308 s. ISBN 0-415-09673-1.

HENDY, David. *Life on Air: A History of Radio Four*. New York: Oxford University Press, 2007. 518 s. ISBN 978-0-19-924881-0.

HENDY, David. *Radio in the Global Age*. Vyd. 1. Malden: Polity Press, 2000. 260 s. ISBN 0-7456-2069-8.

HOFFMANNOVÁ, Jana. MÜLLEROVÁ, Olga. *Čeština v dialogu generací*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2007. 455 s. ISBN: 80-200-1549-3.

HOFFMANNOVÁ, Jana. MÜLLEROVÁ, Olga. *Kapitoly o dialogu*. Vyd. 1. Praha: Pansofia, 1994. 96 s. ISBN 80-85804-29-8.

MARŠÍK, Josef. Trendy žánrové struktury rozhlasového zpravodajství a publicistiky. *Rozvoj české společnosti v Evropské unii*. III.díl. Vyd. 1. Praha: Matfyzpress, 2004. 85-103 s. ISBN 80-86732-35-5.

MARŠÍK, Josef. *Úvod od teorie rozhlasového programu*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova, 1995. 106 s. ISBN 80-7184-013-0.

ŠMÍD, Milan. Diskuse o vysílání veřejné služby v evropském kontextu. *Rozvoj české společnosti v Evropské unii*. III.díl. Vyd. 1. Praha: Matfyzpress, 2004. 85-103 s. ISBN 80-86732-35-5.

Odborný článek a seminární práce

HOFFMANNOVÁ, Jana. Fenomén konverzace: žánr, styl, jazyk, současné podoby. [online]. [cit. 2012-04-21]. Dostupné z: www.ff.cuni.cz/FF-72-version1-profteze.doc.

NEUBAUEROVÁ, Alena. *Any Answers?: analýza pořadu BBC Radio 4*. Praha, 2012. Seminární práce. Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, Institut komunikačních studií a žurnalistiky.

Internetové zdroje

Public Purposes [online].

<<http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howweare/publicpurposes>>.

BBC Radio 4 [online].

<http://en.wikipedia.org/wiki/BBC_radio_4>.

BBC Radio 4 programmes: Any Questions? [online].

<<http://www.bbc.co.uk/programmes/b006qgvj>>.

BBC Radio 4 programmes: Any Questions?: Luton [online].

<<http://www.bbc.co.uk/programmes/b017mz47>>.

Any Questions?: hosting Any Questions [online].

<<http://www.bbc.co.uk/radio4/features/any-questions/organiser/>>.

Any Questions? [online].

<http://en.wikipedia.org/wiki/Any_Questions%3F>.

Radio 4 Programme Policy 2010/2011 [online].

<<http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/accountability/statements2010/radio/radio4.html>>.

Jonathan Dimbleby [online].

<<http://www.bbc.co.uk/radio4/people/presenters/jonathan-dimbleby/>>.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Transkript epizody Any Questions? z 12. srpna 2011 (text)

Přílohy

Příloha č. 1: Transkript epizody Any Questions? z 12. srpna 2011