

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Bakalářská práce

2012

Tomáš Bystrý

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Tomáš Bystrý

**Publicistický rozhovor a jeho uplatnění
v současném vysílání Českého rozhlasu 1
- Radiožurnálu**

Bakalářská práce

Praha 2012

Autor práce: **Tomáš Bystrý**

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

Rok obhajoby: 2012

Bibliografický záznam

BYSTRÝ, Tomáš. *Publicistický rozhovor a jeho uplatnění v současném vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu*. Praha, 2012. 67 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské diplomové práce PhDr. Josef Maršík, CSc.

Abstrakt

Bakalářská práce se po teoretické, praktické i metodologické stránce zabývá novinářských žánrem rozhovor, především pak publicistickým rozhovorem v rozhlasovém vysílání. Práce je rozdělena do tří hlavních kapitol. První kapitola vymezuje žánr rozhlasový rozhovor a zasazuje jej do českého historického kontextu. Druhá kapitola se věnuje metodologii publicistického rozhlasového rozhovoru, jejíž součástí je i klasifikace rozhlasového rozhovoru dle členění českých i zahraničních mediálních teoretiků, kapitola se zabývá také rolí moderátora v publicistických pořadech, v nichž převažuje žánr publicistický rozhovor, a sleduje jazykovou úroveň a řečnické prostředky interviewujících novinářů. Třetí kapitola pak analyzuje hlavní pořady Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, které jsou postaveny na publicistickém rozhovoru – Dvacet minut Radiožurnálu, Host Radiožurnálu, Nad věcí a Ranní interview. Cílem této bakalářské práce je specifikovat zvolený žánr ze tří výše zmíněných hledisek a popsat jeho specifika v rozhlase veřejné služby.

Abstract

This bachelor thesis focuses on journalistic genre of interview from theoretical, practical and methodological point of view, especially aiming at interview in radio broadcasting. The thesis is divided into three parts. The first chapter defines the genre of radio interview and puts it into the Czech historical context. The second chapter is devoted to methodology and current affairs radio interview, which also includes a radio interview according to the classification structure of Czech and foreign media theorists. The second chapter also discusses the role of moderator in the current affairs programs in which the predominant genre of journalistic interview and monitors the level of linguistic and rhetorical resources of journalists. The third part analyzes the main programs of Czech Radio 1 - Radiožurnál which consist of interviews - Dvacet minut Radiožurnálu, Host Radiožurnálu, Nad věci and Ranní interview. The aim of this thesis is to specify the chosen genre of the three above-mentioned aspects and describe the specifics of the radio public service.

Klíčová slova

Rozhovor, publicistika, rozhlas, médium veřejné služby, Radiožurnál, moderátor

Keywords

Interview, journalism, radio, medium of public services, Radiožurnál, moderator

Rozsah práce: 93 296 znaků včetně mezer

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil 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 14. 5. 2012

Tomáš Bystrý

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu práce PhDr. Josefu Maršíkovi, CSc. za jeho cenné rady a čas, který mi věnoval při řešení této bakalářské diplomové práce. V neposlední řadě děkuji také pracovníkům Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, kteří byli ochotni poskytnout rozhovory k dané problematice.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Tomáš Bystrý

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2009

E-mail diplomantky/diplomanta:

tomasbystry@seznam.cz

Studijní obor/typ studia:

Žurnalistika/prezenční

Předpokládaný název práce v češtině:

Publicistický rozhovor a jeho uplatnění v současném vysílání Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu

Předpokládaný název práce v angličtině:

Journalistic interview and its application in the contemporary Czech Radio (Radiožurnál) broadcasting

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

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

LS 2011/2012

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Cílem bakalářské práce je specifikovat zvolený publicistický žánr rozhovor v rozhlasovém vysílání, a to z historického, teoretického i metodologického hlediska. Práce by měla poukázat především na specifika publicistického rozhovoru šířeného k posluchačům výhradně na základě akusticko-auditivního principu. Cílem mé bakalářské práce je také ukázat podoby (typy) rozhlasových rozhovorů, a to v konkrétních publicistických pořadech zpravodajsko-publicistické stanice Českého rozhlasu 1 - Radiožurnál, které budu ve třetí kapitole analyzovat. Součástí bakalářské práce v příloze budou také rozhovory s jednotlivými redaktory (moderátory), především z redakcí Českého rozhlasu 1 - Radiožurnál, kteří se ve své praxi tomuto publicistickému žánru věnují.

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

1 Rozhovor jako žánr rozhlasového zpravodajství a publicistiky a jeho historie

(charakteristika rozhovoru jako svébytného žurnalistického žánru, jeho místo ve zpravodajství a publicistice, specifika publicistického a zpravodajského rozhovoru)

1.1 Definice rozhovoru

(vymezení pojmu „rozhovor“ (interview) dle definic našich a zahraničních mediálních teoretiků)

1.2 Nástin historie rozhlasového rozhovoru

(popis vzniku rozhovoru jako svébytného publicistického žánru a jeho vývoj v českém rozhlasovém vysílání, jeho první autoři, podoba prvních pořizovaných rozhovorů, technické předpoklady pro natáčení rozhovorů v interiérech a exteriérech)

1.3 Specifika rozhlasového rozhovoru

(možnosti a meze při přípravě a realizaci rozhlasového rozhovoru, zařazení do kontextu ostatních zpravodajských a publicistických žánrů a vysvětlení pojmů kontaktnost, autentičnost a dynamičnost v souvislosti s interview v rozhlasu a jeho eventuální srovnání s podobou v televizním vysílání)

2 Metodologie rozhlasového rozhovoru

(podoby rozhlasového rozhovoru ve zpravodajství a publicistice, jazykové prostředky , kompoziční postupy)

2.1 publicistický rozhovor v rozhlase

(definice publicistického rozhovoru, jeho charakteristika a místo v rozhlasovém vysílání, typy publicistického rozhlasového rozhovoru)

2.1.1 reportážní rozhovor

(definice, charakteristické rysy, příklady ze současného rozhlasového vysílání)

2.1.2 analytický rozhovor

(definice, charakteristické rysy, příklady ze současného rozhlasového vysílání)

2.1.3 portrétní rozhovor

(definice, charakteristické rysy, příklady ze současného rozhlasového vysílání)

2.1.4 komentující rozhovor

(definice, charakteristické rysy, příklady ze současného rozhlasového vysílání)

2.2 kompozice rozhovoru

(popis jednotlivých způsobů stavby rozhlasového publicistického rozhovoru)

2.3 příprava rozhlasového redaktora na rozhovor

(volba tématu, rešerše)

2.4 role moderátora v rozhlasovém publicistickém rozhovoru

(popis vztahu mezi moderátorem a partnerem v rozhovoru, rysy institucionální a individuální komunikace, individualita, konfrontace moderátora s partnerem, jazykové prostředky)

3 Publicistický rozhovor v současném vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu

3.1 Dvacet minut Radiožurnálu

(charakteristika pořadu, typologie pořadu, úloha moderátora, hosté)

3.2 Host Radiožurnálu

(charakteristika pořadu, typologie pořadu, úloha moderátora, hosté)

3.3 Nad věci

(charakteristika pořadu, typologie pořadu, úloha moderátora, hosté)

3.4 Ranní interview

(charakteristika pořadu, typologie pořadu, úloha moderátora, hosté)

Přílohy: rozhovor s moderátory ČRo – Radiožurnálu (Jana Klusáková, Martin Veselovský, Lucie Výborná, Václav Žmolík)

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován):

Český rozhlas - Radiožurnál

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Poslech a rozbor pořadů založených na dialogických formách rozhlasové publicistiky, a to z hlediska metodiky tvorby rozhlasového rozhovoru. Rozbor vysílacích plánů ČRo – Radiožurnál.

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

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

Publikace pojednává o základních pojmech rozhlasového programování, charakterizuje hlavní vysílací okruhy Českého rozhlasu a základní metody využívané při tvorbě rozhlasového programu.

Kolektiv autorů: Od mikrofonu k posluchačům. Praha, Český rozhlas 2003.

(O jednotlivých etapách vývoje vysílání a dění v rozhlasu se na 700 stranách v 9 kapitolách rozepisuje 9 autorů: Josef Maršík, Jiří Hraše, František Hrdlička, Eva Ješutová, Rostislav Běhal, Milan Rykl, Zdeněk Bouček, Jiří Hubička, Václav Moravec. Výklad doprovázejí fotografie a přílohy: kalendárium, technický slovníček, pořady, které se staly pojmem, ředitelé a názvy instituce, loga atd.)

Köpplová, B. – Kryšpínová, J. – Bednařík, P. – Čábelová, L. – Moravec, V. : Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo. Praha, Karolinum 2003.

(Publikace obsahuje tři samostatné části: dějiny rozhlasu v datech, dějiny televize v datech a vývoj mediálního práva v datech)

Boyd, A. : Zpravodajství v rozhlasu a televizi. Praha, Centrum nezávislé žurnalistiky 1995.

(Kniha je v první řadě určena novinářům pracujícím v rozhlasu. Zabývá se specifikací zpráv, jejich obsahem a skladbou. Zajímavou kapitolou jsou Zdroje zpráv, kde si autor mj. všimá nátlakových skupin, či falešných zpráv. Pro učitele mohou být cenné i kapitoly zabývající se komunikačním stylem zpráv a matoucími větami, směřováním tvrzení a otázek, špatně položenými otázkami.)

Moravec, V: Rozhlasový rozhovor. In: Čtrnáct kapitol o rozhlasu. Praha, Literární akademie 2006.

(Publikace si klade za cíl srozumitelnou formou přiblížit studentům i profesionálům současný stav rozhlasových profesí.)

Osvaldová, B. – Halada, J.: Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. Praha, Libri 2007

(Rozšířené vydání bylo obohaceno jak o další hesla z dosud zařazených oborů (tisk, elektronická média, informační technologie atd.), tak o celý nový obor, který se týká marketingu, jeho strategie i každodenní praxe v médiích. Autorský kolektiv pracovníků Fakulty sociálních věd UK tak připravil příručku nejen pro studenty těchto oborů, ale i pro pracovníky všech médií a zájemce o stále se rozvíjející a měnící se mediální a marketingovou sféru.)

Osvaldová, B. - Kopáč, R. : Rozhovory o interview. Praha, Karolinum 2009.

(Publikace poskytuje různé osobní pohledy na žánr rozhovoru, od vymezování jeho pozice přes nástin dějinného vývoje k jeho současnému místu v médiích včetně internetu. Editoři Barbora Osvaldová a Radim Kopáč vyzvali ke spolupráci zajímavé autory, mezi jinými Marka Ebena, Ivo Fencla, Karla

Hvízd'alu, Naďu Klevisovou, Janu Klusákovou, Rudolfa Křesťana, Václava Moravce, Ondřeje Neffa, Olgu Sommerovou, Jindřicha Šídla, Martu Švagrovou, Petra Volfa a další.)

Kol.: Zpravodajství v médiích. Praha, Karolinum 2001.

(Text mapuje různé oblasti zpravodajství - počínaje nejstarší psanou žurnalistikou, přes agenturní, audiovizuální, fotožurnalistiku, až po produkci tzv. nových médií. Samostatná kapitola je věnována jazyku zpráv a zpravodajství a pro úplnost je zařazena stručná kapitola o žurnalistice v extrémních situacích, která čerpá z autentických zážitků a je zaměřena ryze prakticky.)

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)

Vanda Dufková: Obsahová analýza rozhovorů v časopisech pro dívky a ženy, bakalářská práce, rok obhájení: 2006/2007, FSV UK

Romana Barboříková: Posun rozhovoru v olympijském zpravodajství Mladé fronty Dnes - Srovnání let 1968 a 2006, bakalářská práce, rok obhájení: není udáno, FSV UK

Hanzlík, Václav: Jak vzniká sportovní rozhovor?, bakalářská práce, rok obhájení: 2010, FSS MUNI

Fendrychová, Kamila: Specifické rysy stylu interview v magazínu ONA Dnes, bakalářská práce, rok obhájení: 2008, FF MUNI

Datum / Podpis studenta/ky

.....

Obsah

ÚVOD	2
1 ROZHOVOR JAKO ŽÁNŘ ROZHLASOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ A PUBLICISTIKY A JEHO HISTORIE	4
1.1 <i>Definice rozhovoru</i>	6
1.2 <i>Nástin historie českého rozhlasového rozhovoru</i>	7
1.3 <i>Specifika rozhlasového rozhovoru</i>	10
2 METODOLOGIE PUBLICISTICKÉHO ROZHLASOVÉHO ROZHOVORU 13	
2.1 <i>Klasifikace publicistického rozhovoru</i>	14
2.1.1 <i>Reportážní rozhovor</i>	15
2.1.2 <i>Rozborový (analytický) rozhovor</i>	17
2.1.3 <i>Portrétní rozhovor</i>	19
2.1.4 <i>Komentující rozhovor</i>	21
2.2 <i>Příprava na rozhovor</i>	22
2.2.1 <i>Rešerše</i>	23
2.2.2 <i>Příprava scénáře a otázek</i>	25
2.3 <i>Role moderátora v rozhlasovém publicistickém rozhovoru</i>	29
2.4 <i>Jazyk moderátorů a řečnické prostředky</i>	35
2.4.1 <i>Jazyk moderátorů</i>	36
2.4.2 <i>Řečnické prostředky moderátorů</i>	38
3 PUBLICISTICKÝ ROZHOVOR V SOUČASNÉM VYSÍLÁNÍ ČESKÉHO ROZHLASU 1 – RADIOŽURNÁLU	41
3.1 <i>Dvacet minut Radiožurnálu</i>	42
3.2 <i>Host Radiožurnálu</i>	43
3.2 <i>Nad věci</i>	45
3.3 <i>Ranní interview</i>	47
ZÁVĚR	49
SUMMARY	49
POUŽITÁ LITERATURA	51
SEZNAM PŘÍLOH	53

Úvod

Vzhledem k tomu, že v současném rozhlasovém vysílání – ať už veřejnoprávním, nebo soukromém – má největší žánrové zastoupení zpravodajský a publicistický rozhovor, rozhodl jsem se věnovat svou bakalářskou diplomovou práci právě tomuto žánru, především pak publicistickému rozhovoru a jeho uplatnění na zpravodajsko-publicistické stanici Českého rozhlasu – Radiožurnálu.

Ačkoliv je interview nejméně frekventovaným novinářským žánrem rozhlasové publicistiky, musím konstatovat, že jsem při sběru dat k vypracování této práce postrádal celistvou odbornou publikaci, jež by se rozhlasovému rozhovoru věnovala obsáhleji a jež nebyla vydána před rokem 1989. V titulech uvedených v poznámkovém aparátu se o rozhlasovém interview píše především jen v rámci některých kapitol.

Cílem této bakalářské práce je proto definovat publicistický rozhlasový rozhovor z teoretického i metodologického hlediska, ukázat jeho eventuální podoby v rozhlasovém vysílání a na základě poslechu jej analyzovat v pořadech Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu.

Při zpracování této bakalářské diplomové práce jsem jako hlavní zdroje informací využil především následující publikace: Zpravodajství v rozhlase a televizi (autorem je Andrew Boyd), Rozhovory o interview (editory jsou Barbora Osvaldová a Radim Kopáč), Žurnalistika (autory jsou Stephan Ruß-Mohl a Hana Bakičová) a publikace Jazyk, média, politika (editorky jsou Světlá Čmejrková a Jana Hoffmannová).

Práce je rozdělena do tří hlavních kapitol. První kapitola teoreticky vymezuje žánr a zasazuje jej do českého historického kontextu. Druhá kapitola se věnuje metodologii publicistického rozhlasového rozhovoru, roli moderátora v rozhovoru a sleduje jazykovou úroveň a řečnické prostředky interviewujících novinářů. Třetí kapitola pak analyzuje pořady Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, v nichž se publicistický rozhovor uplatňuje.

K odchýlení od tezí došlo především v druhé kapitole, která se zabývá metodologií publicistického pořadu. Podkapitolu „Publicistický rozhovor v rozhlase“ jsem nahradil podkapitolou „Klasifikace publicistického rozhovoru“, neboť publicistickým rozhovorem jako takovým a jeho specifiky se zabývám již v první kapitole. Zcela úplně jsem vypustil podkapitolu „Kompozice rozhovoru“, neboť dle mého mínění se kompozice rozhovoru odvíjí především od přípravy okruhů a otázek k interview, čímž se zabývám v samostatné podkapitole „Příprava na rozhovor“. Název této kapitoly byl od názvu uvedeném v tezích pozměněn a – vzhledem k důležitosti přípravné fáze při pořizování rozhovoru – rozvinut o dvě další podpodkapitoly. Do této bakalářské diplomové práce jsem zařadil také podkapitolu, jež se zabývá jazykem moderátorů a řečnickými prostředky v rozhlasových rozhovorech. V tezích uvádím, že toto téma bude součástí podkapitoly „Role moderátora v rozhlasovém publicistickém rozhovoru“, pro jeho závažnost jsem se ale rozhodl vyčlenit mu větší prostor.

1 Rozhovor jako žánr rozhlasového zpravodajství a publicistiky a jeho historie

Rozhovor patří k dominantním žurnalistickým žánrům současného rozhlasového vysílání - je uplatňován jak ve zpravodajství, tak v publicistice. Řada publicistických rozhlasových pořadů je na tomto žurnalistickém žánru dokonce postavena – ty nejznámější, jež v současné době nabízí posluchačům Český rozhlas 1 – Radiožurnál, jsou také předmětem této bakalářské diplomové práce.

Ve zpravodajství se s interview nejčastěji setkáme jako s dialogizovanou formou rozhlasové zprávy. Na rozdíl od publicistického rozhlasového rozhovoru by zpravodajský rozhovor neměl přinášet žádná hodnocení, komentáře či subjektivní stanoviska, ale snaží se odpovídat pouze na základní zpravodajské otázky kdo, co, kdy, kde, popřípadě proč (Maršík, 2001). Podmínkou efektivního uplatnění dialogu v rozhlasovém zpravodajství by měla být jeho opodstatněnost. Informace přednesená byť monologickou formou reportérem může na posluchače působit daleko srozumitelněji než volba dialogu, jež má snahu zaktivizovat posluchače a zvýšit jeho soustředěnost.

Forma dialogizované zprávy – zpravodajský rozhovor se v rozhlasovém vysílání objevuje například během interview moderátora ve studiu se zahraničním zpravodajem, jenž z místa referuje o průběhu nebo výsledcích nějaké aktuální zahraniční události, nebo při studiovém rozhovoru moderátora a odborníka na dané téma, jež je zrovna aktuální. Možná je i varianta, kdy místo odborníka mluví v rozhovoru s moderátorem sám redaktor té či oné redakce, který aktuální problém sledoval, nebo se jím zabývá v delším intervalu. Od rozhovoru například s odborníkem se ale liší především v tom, že otázky jsou zpravidla předem dané. Znění jednotlivých otázek většinou moderátor, který rozhovor ve studiu vede, dostane před natáčením od redaktora – nemusí to ale být zdaleka pravidlem. Podle Adrewa Boyda by si reportéři měli otázky formulovat sami:

„Bylo by zcela neúčelné, aby sérii otázek položil hudební moderátor, který má velmi nejasnou představu o tom, co se děje, nebo který by mohl klást otázky, na něž by reportér neznal odpověď. Odpovědi by se však předem psát neměly.“¹

Některé rozhovory obou rozhlasových kolegů jsou improvizované a jejich podoba se odvíjí od aktuální situace, kterou se v přímém přenosu zabývají. Příkladem mohou být například prezidentské volby v Rusku: moderátor pozve do studia redaktora nebo komentátora jedné z redakcí, který se problematikou Ruska a lidských práv zabývá, a v přímém přenosu sledují průběh voleb, redaktor odpovídá na moderátorovy otázky týkající se například prezidentských kandidátů nebo transparentnosti samotných voleb.

Rozhovor se v současném rozhlasovém zpravodajství objevuje také v rámci jednotlivých zpravodajských příspěvků, kde – pokud to situace vysloveně nevyžaduje – se zpravidla nevyskytují otázky redaktora, ale jde o monologickou výpověď respondenta. Posлуhači je zřejmé, že odpovídá na otázky, jež mu položil redaktor.

Přednostmi zpravodajského rozhovoru oproti jiným zpravodajským žánrům v rozhlasovém vysílání jsou podle Josefa Maršíka především atraktivnost, dokumentární věrnost a přitažlivost pro posluchače, neboť tato forma dialogizované zprávy využívá předností živého mluveného projevu (Maršík, 2001).

Zatímco zpravodajský rozhovor neanalyzuje, nedává věci do souvislostí, subjektivně zpravidla nic nehodnotí, nepřináší stanoviska, nerozebírá a ani nekonfrontuje, ale jen dialogickou formou recipientovi přináší nová fakta o aktuálním ději, publicistický rozhlasový rozhovor, který je předmětem zkoumání této bakalářské diplomové práce, má funkci zcela opačnou. Nicméně je nutné podotknout, že tato bakalářská práce reflektuje publicistický rozhlasový rozhovor především z teoretického hlediska. V praxi jsme svědky toho, že hranice mezi zpravodajským (informačním) rozhovorem a rozhovorem publicistickým není zcela jednoznačná. I v rozhovorech, které bychom zařadili spíše ke zpravodajství, tedy k dialogizované zprávě se

¹ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlasu a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

v některých případech vyskytují prvky jakéhosi komentování či přinášení nejrůznějších stanovisek.

1.1 Definice rozhovoru

V mediálním prostředí má pojem rozhovor (interview) dva významy. První jej označuje jako součást rešerše jiného zpravodajského nebo publicistického žánru. Například podle Andrewa Boyda každá informace, jež se dostane do rozhlasového vysílání, vzniká právě z rozhovoru (Andrew Boyd, 1995). Druhý význam pak rozhovor chápe jako samostatný svébytný žurnalistický žánr.

*„Rozhovor není diskuse ani debata, a už vůbec ne anketa – je to svým způsobem stylizovaný dialog.“*² Rozhovor je dialogický ³ žurnalistický žánr, který se v rozhlasovém vysílání – jak již bylo zmíněno – objevuje jak ve zpravodajských relacích, tak v jednotlivých publicistických pořadech. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace definuje interview mimo jiné i jako *„dialog otázek a odpovědí, v němž partneři na rozdíl od diskuse mají jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího.“*⁴ Slovník masmediální komunikace od R. Terry Ellmore popisuje rozhovor jako *„proces, při němž se jedna osoba snaží získat informace od jiné osoby nebo skupiny lidí.“*⁵

Autoři publikace vydané před Listopadem 1989 Umění interviewu poukazují na složitost definování publicistického žánru, které podle nich není zcela uchopitelné.

² OSVALDOVÁ, Barbora. Rozhovor o interview. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 5 – 7.

³ Žurnalistické žánry klasifikujeme z hlediska dialogičnosti na monologické a dialogické. Oba typy se v rozhlasovém vysílání objevují jak ve zpravodajství, tak publicistice. V rámci zpravodajství můžeme do skupiny monologických žánrů zařadit například rozhlasovou zprávu, zvukovou zprávu, reportážní zprávu nebo zpravodajské vystoupení. K dialogickým žánrům rozhlasového zpravodajství patří zpravodajský rozhovor, tj. dialogizovaná zpráva. V rámci rozhlasové publicistiky řadíme k monologickým žánrům například rozhlasový komentář, poznámku, fejeton, črtu nebo rozhlasovou recenzi. Skupinu dialogických publicistických žánrů tvoří rozhlasový rozhovor, beseda, diskuse, dispečink nebo anketa.

⁴ OSVALDOVÁ, Barbora – HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha : Libri, 2010. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.

⁵ ELLMORE, R. Terry. *NTC's mass media dictionary*. Chicago: Ntional Textbook Company, 1991. s. 668. ISBN 0- 8442- 3185 -1.

Rozhovor jakožto samostatný žurnalistický žánr totiž nechápu jen jako „*to, co mezi sebou komunikují dvě osoby*“⁶. Stephan Ruß-Mohl jej zase charakterizuje mimo jiné i jako „*měření sil*“ (Ruß-Mohl, 2005). Obsáhlejší definici rozhlasového rozhovoru nabízí Olga Müllerová: „*Rozhovor v rozhlasu se uskutečňuje ve skutečném institucionálním prostředí rozhlasového studia, je adresován skutečným posluchačům, kteří ho vnímají v reálných okolnostech a prostředích, ve svém soukromí jako zdroj poučení, relaxace, zábavy atp.*“⁷

Ve Výběrovém slovníčku termínů slovesné rozhlasové tvorby Josef Maršík – obdobně jako autoři Praktické encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace – píše, že oproti rozhovoru v běžné mezilidské komunikaci „*se rozhlasový rozhovor vyznačuje jasně vymezenou rolí tazatele (redaktora, moderátora) a dotazovaného.*“⁸ Lingvistka Světa Čmejrková říká, že: „*model interview poskytuje účastníkům řečového aktu asymetrické možnosti počínaje volbou tématu a jeho uchopením a konče zahájením a ukončením řeči*“⁹. Ivan Štern v již citované kapitole o rozhlasové publicistice publikace *Z vůle médií: Stati k novinářské teorii a praxi* pak rozhlasový rozhovor označuje za klíčový a základní formát rozhlasového publicistiky, bez něhož přestává být rozhlas rozhlasem (Štern, 2006).

1.2 Nástin historie českého rozhlasového rozhovoru

Ačkoliv dnes jsou zpravodajské a publicistické rozhovory nejfrekventovanějšími žánry současného rozhlasového vysílání, z historického hlediska patří k těm mladším žurnalistickým žánrům.¹⁰

⁶ ŠTORKÁN, Karel – BAUMAN, Milan. *Umění interviewu*. 1.vyd. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1973. s. 226.

⁷ MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

⁸ MARŠÍK, Josef. *Výběrový slovníček termínů slovesné rozhlasové tvorby*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 1999. 60s.

⁹ ČMEJRKOVÁ, Světa. Mediální rozhovor jako žánr veřejného projevu. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

¹⁰ Karel Hviždála ve své knize *Mardata* s podtitulem *Vzpoury v žurnalistice* rozhovor označuje za nejmladší novinový žánr, který se podle mediálního historika Mitchella V. Charnleye zrodil 16. dubna 1836 z rozhovoru, který byl J. G. Bennettem veden metodou policejního výslechu. V Československu

Zatímco vývoj rozhlasové reportáže popisuje teorie české žurnalistiky poměrně podrobně, o historii rozhlasového rozhovoru v českém rozhlasovém éteru toho příliš v odborné literatuře nenajdeme. Z dostupných zdrojů ale můžeme konstatovat, že za předchůdce rozhlasového publicistického rozhovoru lze považovat inscenované scénky, například postav sousedů Brázdy a Rákose, které se v druhé polovině dvacátých let dvacátého století objevovaly v zemědělském vysílání a jež dialogickou – a mnohdy humornou – formou vysvětlovaly posluchačům zemědělskou teorii (Maršík, 2003).

Posluchači Československého rozhlasu mohli slyšet také první rozhovory – ačkoliv ne v takové formě, jak je známe nyní – i koncem dvacátých let dvacátého století. *„Vedle monologických přednášek začíná se objevovat především rozhovor, ne stylizovaný, jaký byl znám z některých pořadů zemědělského vysílání, nýbrž přirozený, bez textu, i když ovšem na základě důkladné předběžné dohody. Literární historik Adolf Veselý přivedl před mikrofon malíře Jožku Úprku, jindy hovořil s Aloisem Jiráskem.“*¹¹

Podle Milana Pokorného byl rozhovor v rozhlasovém vysílání věcí dlouho neslýchanou zejména proto, že v prvních letech rozhlasového vysílání bylo naprosto nemyslitelné, aby do rozhlasu rozmlouval někdo spatra a bez řádné písemné přípravy (Pokorný, 2008). V knize *Báječní muži s mikrofonem* cituje jedno z prvních „radiových interview“, které bylo v rámci Zemědělského rozhlasu pořízeno s ministrem pošt a telegrafů Františkem Janem Noskem 12. března 1927 a na němž demonstruje jeho pečlivou písemnou přípravu obou partnerů. Hlavním cílem zařazení takového rozhovoru do tehdejšího rozhlasového vysílání byla především snaha oživit monologické přednášky. Pokorný se domnívá, že přednášky, které se v současném rozhlasovém vysílání takřka neobjevují, nahradily dnes právě rozhovory (Pokorný, 2008).

O prvních pořízených rozhovorech se také dozvídáme v souvislosti s osobou Dalibora Chalupy, který patřil k tzv. brněnským experimentátorům třicátých let a jenž je

dochází podle Hvižd'aly k masovému rozvoji rozhovoru právě díky rozhlasovému vysílání, které začalo v květnu 1923.

¹¹ KOVÁŘÍK, Vladimír. *Proměny rozhlasové publicistiky: Od počátků Radiojournalu do mnichovského diktátu (1923 – 1938)*. 3. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1982. s. 239. ISBN 17- 115 - 82.

považován za zakladatele rozhlasových pásem. Podle Vladimíra Kovářika to byl právě on, kdo ve třicátých letech realizoval první interview s moravskými umělci. (Kovářík, 1982).

Před druhou světovou válkou se rozhlasové rozhovory objevovaly také ve zvláštním programovém typu, který se vysílal od počátku května 1938 po večerních zprávách ČTK a jenž dostal název Okénka. Připravovali jej redaktoři Očadlík, Kocourek, Zeman a Wenig (Hvízd'ala, 2011). Vladimír Kovářik v publikaci Proměny rozhlasové publicistiky uvádí, že se jednalo především o aktuální improvizované rozhovory například s matkou tří synů - trojčet, kteří nastoupili na povinnou vojenskou službu, nebo s polským antifašistickým spisovatelem.

V poválečném vysílání Československého rozhlasu se rozhovory objevovaly také v hlavní zpravodajské relaci, respektive ve zpravodajském magazínu nazvaném Rozhlasové noviny, který začal vysílat v září 1945. V druhé polovině čtyřicátých let se ve vysílání Československého rozhlasu objevuje také tzv. volný rozhovor, který byl do té doby novým rozhlasovým žánrem a jenž se v rámci vzdělávacích pořadů objevoval například ve Volné tribuně, v pořadu vysílaném naživo v brněnském studiu (Ješutová, 2003).

Šedesátá léta, která jsou označována za období renesance rozhlasu, přinesla nové typy rozhlasových pořadů a především prostor pro značný rozvoj rozhlasové publicistiky. Velkého úspěchu se dočkal pořad Mikrofórum, jenž vznikl v roce 1965 v redakci pro mládež. „*Denní dvouhodinové živé – někdy úplně improvizované – vysílání učinilo průlom do rozhlasové šedi a strnulosti. Redaktoři se zcela záměrně vyhýbali tzv. svazácké tematice a předkládali všem mladým posluchačům to, co považovali za užitečné a potřebné. Přivábili k mikrofonu výrazné osobnosti politiky, kultury, vědy a sportu.*“¹² V šedesátých letech vysílal rozhovory i armádní rozhlas. Podle Milana Rykla měl mimořádný zájem posluchačů Vojenský večerník, mezi jehož rubriky patřily i rozhovory s vojáky a jejich příbuznými (Rykl, 2003). Podle Rykla si v tomto období našly v rozhlase místo také reportážní rozhovory Kamila Horálka, které

¹² RYKL, Milan. Renesance rozhlasu 1959-1968. In *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu*. 1. vyd. Praha: Český rozhlas, 2003. s.289 – 334.

se v Školském rozhlasu soustředily především na zcela běžné problémy rodičů a pedagogů (Rykl, 2003). V sedmdesátých letech se důsledkem čistky rozhlasových pracovníků úroveň zpravodajství a publicistiky rapidně snižovala. Objevuje se především rozhlasový komentář.

V devadesátých letech se rozhovor stal nejfrekventovanějším žánrem rozhlasového zpravodajství a publicistiky. Podle Václava Moravce však někdy na úkor jiných žurnalistických žánrů (Moravec, 2003). Začaly se objevovat pořady, jejichž žánrovou dominantou byly především publicistické rozhovory. Hovory z Lán, které koncem března 1998 nahradily Rozhovory v Lánech, patřily v devadesátých letech k nejznámějším publicistickým pořadům, kdy během devíti let zpovídali redaktoři Československého a později Českého rozhlasu prezidenta Václava Havla (Moravec, 2003). Z dalších relací, které byly v devadesátých letech založeny na publicistickém rozhovoru – především portrétním, jmenujme například pořady O kom se mluví, Káva u Kische, Host Radiofóra a další. Lingvistka Světlá Čmejková, jedna ze spoluautorů publikace *Jazyk, média, politika* v kapitole věnované mediálnímu rozhovoru připomíná, že devadesátá léta přinesla veřejným projevům právě podobu interview, dialogu nebo debaty (Čmejková, 2003).

Velkého uplatnění rozhlasového rozhovoru se na základě slov Václava Moravce dostalo zejména po roce 2005, kdy došlo k digitalizaci audiovizuálních médií v České republice, jež recipientům nabídla další, především zpravodajské rozhlasové a televizní stanice: *„Rozhlasový a televizní rozhovor se v mnoha ohledech stal žánrem inflačním, který má pouze zaplnit dynamicky se rozšiřující počet vysílacích hodin, a tím přispívá ke zředění žurnalistických mediálních obsahů.“*¹³

1.3 Specifika rozhlasového rozhovoru

Důvodů, proč je rozhovor ve vysílání v rozhlase tolik žádaný, je hned několik. Novinář a spisovatel Andrew Boyd spatřuje v rozhlasovém rozhovoru – oproti například tomu, se kterým se setkáme v tištěných médiích – velkou výhodu především v tom, že

¹³ MORAVEC, Václav. Rozhovor v rozhlasovém a televizním vysílání. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 69 – 88.

recipient – posluchač může jednotlivá fakta uslyšet přímo od zdroje a navíc živě (Boyd, 1995).

Hojnou poslechovost publicistického rozhovoru rádií veřejné služby i soukromých rozhlasových stanic si Olga Müllerová vysvětluje také proto, neboť „*vyhovuje současnému požadavku komunikativnosti rozhlasového vysílání, jejíž složkou je i přímý kontakt s posluchači*“¹⁴.

Rozhlas nabízí publicistickému rozhovoru výborné komunikační prostředí, které bez dalších rušících vnějších vlivů, s nimiž se můžeme setkat například v televizním interview, umožňuje recipientovi soustředit se především na smysl sdělení. Podle Josefa Maršíka má rozhlasový rozhovor „*předpoklady k optimálnímu využití všech předností rozhlasové komunikace, zejména působivosti mluveného projevu – emocionality osobitého hlasového sdělení, navodit besední atmosféru pořadu nebo polemického napětí a aktivizovat pozornost posluchače*.“¹⁵

Oproti zmíněnému televiznímu rozhovoru totiž recipient – posluchač přijímá informace jen na základě akusticko-auditivním principu, což ale vyžaduje i dostatečně kvalitní jazykové a komunikační schopnosti moderátora, které vizuální kontakt nahrazují (Müllerová, 2003).

Za další faktor častého výskytu rozhovoru v rozhlasu můžeme považovat i dialogickou formu tohoto žánru, jež rozhlasové vysílání zpestřuje a přidává mu na dynamičnosti. Rozhlasový rozhovor – zejména ten publicistický – dává také recipientovi možnost seznámit se s charakteristickými rysy nejen respondenta (zabarvení hlasu, způsob vyjadřování, temperament atd.), ale i se způsobem kladení otázek redaktora či moderátora a jeho schopnostmi vést dialog, které – budeme-li je srovnávat s podobou interview v novinách nebo na internetu – recipient pochopitelně postrádá. To může být typické zejména pro moderátory soukromých rádií, již mnohdy

¹⁴ MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

¹⁵ MARŠÍK, Josef. *Výběrový slovníček termínů slovesné rozhlasové tvorby*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 1999. 60s.

staví pořad na osobitém projevu a stylu komunikace. Publicistický rozhovor v sobě totiž skýtá rysy jak individuální, tak institucionální komunikace. V rozhlasových rozhovorech vysílanými médii veřejné služby se setkáváme především s institucionálními rysy komunikace, zatímco v soukromých médiích převažují rysy individuální komunikace (Müllerová, 2003).

Byť individuální a osobitý styl v rozhlasu veřejné služby můžeme považovat za něco rušivého, pro médium tohoto typu nepatřičného a nežádoucího, domnívám se, že s individuální komunikací se v praxi setkáváme i v rozhlase veřejné služby, jakým je Český rozhlas. Institucionálním a individuálním rysům komunikace zpovídajícího novináře se hlouběji věnuji v kapitole, jež se zabývá rolí moderátora v rozhlasovém publicistickém rozhovoru.

Jedním z dalších důvodů, proč je rozhovor v současném rozhlasovém vysílání tolik obsazován, je podle Václava Moravce i nenáročnost jeho realizace z hlediska technologického (Moravec, 2006).

V současném rozhlasovém vysílání – především pak ve zpravodajství, ale také v publicistických pořadech – se velmi často objevují rozhovory pořízené dálku nebo prostřednictvím telefonního spojení. Například publicistická relace *Ozvěny dne*, kterou každý všední den vysílá v poledne a v podvečer Český rozhlas 1 – Radiožurnál, je z valné většiny tvořena právě telefonickými rozhovory. Ale i *Ranní interview*, které vysílá každý den Český rozhlas 1 – Radiožurnál a jež je také předmětem této bakalářské práce, je postaven na rozhovorech prostřednictvím telefonního spojení. Zatímco ale v případě rozhovorů zrealizovaných na dálku, kdy je moderátor v hlavním vysílacím studiu pomocí družice spojen s reportérem promlouvajícím z druhého „dceřiného“ studia, posluchač nepřichází o studiovou kvalitu, u telefonických rozhovorů toto úskalí hrozí. Podle Adrewa Boyda to je důvod, proč by se v rozhlasu taková podoba rozhovoru neměla tolik objevovat, telefonního spojení by se podle něj mělo používat jen v případě nutnosti (Boyd, 1995).

Ivan Štern v jedné z kapitol publikace *Z vůle médií: Stati k novinářské teorii a praxi*, věnované rozhlasové publicistice, uvádí, že mnohdy jsou rozhovory po telefonu obsazovány nejen ve zpravodajství, ale i v publicistice častěji, než je nutné a někdy se

snaží o suplování jiných, zejména publicistických žánrů: „*Rozhovorem po telefonu se nahrazuje komentář nebo analýza. Namísto vyargumentovaného a vypointovaného postoje k určité události, která je navíc v komentáři v kostce shrnuta a v analýze zas uvedena do odpovídajících souvislostí, nabízejí rozhlasové stanice prostřednictvím rozhovoru sice autentickou, právě se rodící, avšak stále ne vždy důsledně promyšlenou reflexi.*“¹⁶ Ivan Štern ale zároveň dodává, že výhodou telefonního rozhovoru může spočívat v tom, že respondent odpovídá na dotazy moderátora z autentického prostředí, v jehož důsledku mluví daleko uvolněněji a přirozeněji, než v případě studiového interview (Štern, 2006).

2 Metodologie publicistického rozhlasového rozhovoru

Publicistický rozhovor má na rozdíl od zpravodajského rozhovoru snahu detailněji portrétovat zpovídaného respondenta, anebo věnovat se nějakému problému hlouběji než jen v rámci zpravodajství. Jednou ze základních funkcí publicistického rozhovoru je totiž snaha o analytičnost, proto se někdy označuje také jako analytický rozhovor (Moravec, 2009).

S pojmem analytický rozhovor se v teorii žurnalistiky setkáváme také v rámci klasifikace rozhlasového rozhovoru jako takového. Existuje několik způsobů klasifikace publicistického rozhlasového rozhovoru. S různými typy publicistických rozhlasových rozhovorů se setkáme i v pořadech Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, jako je Ranní interview, Host Radiožurnálu, Host Jany Klusákové, Dvacet minut Radiožurnálu nebo Nad věcí.

¹⁶ ŠTERN, Ivan. Osobitá práce rozhlasové publicistiky. In *Z vůle médií: Stati k novinářské teorii a praxi*. 1. vyd. Praha: HERMÉS, 2006. s.107 – 118.

2.1 Klasifikace publicistického rozhovoru

Podoba publicistického rozhovoru v rozhlase se odvíjí od toho, co má být jeho cílem: zda analyzovat nějaký problém, komentovat nějakou událost či skutečnost, nebo portrétovat nějakou osobnost. Někdy je cílem hned několik věcí najednou, proto je klasifikace publicistického rozhovoru v praxi mnohem obtížnější nejen z hlediska zpravodajství a publicistiky, jak již bylo nastíněno v úvodní kapitole, ale také na členění jednotlivých typů svébytného publicistického rozhovoru. V praxi je hranice členění na různé druhy mnohdy tenká, a tak nelze publicistický rozhovor vždy jednoznačně zařadit k určitým typům interview, jak je známe z teorie rozhlasové žurnalistiky. Rozhovor může být jednak portrétní, ale také zároveň komentující nebo konfrontační. Záleží na typu pořadu, ale i na dramaturgii a moderátorovi.

Například Andrew Boyd člení rozhlasový rozhovor na tři základní typy: analytický, informační a emocionální rozhovor. Analytický rozhovor – jak už sám název říká – podle něj zkoumá určité téma, analyzuje jej. Informační uvádí podle něj posluchače do obrazu, ale nespokojuje se pouze se strohým zpravodajským referováním, má rysy jak zpravodajské, tak publicistické. Emocionální rozhovor si pak podle Boyda klade za cíl odhalit stav mysli respondenta (Boyd, 1995). Tyto tři základní typy rozhlasového rozhovoru Andrew Boyd dále rozšiřuje o další typy interview, které mají svou vlastní specifickou funkci: investigativní, konfrontační, interpretační, osobní, emocionální a zábavný. Dále pak zmiňuje typ rozhovoru, který bychom zařadili spíše do zpravodajství (šlo by tedy o dialogizovanou zprávu) a jenž Boyd nazývá jako „důležité zprávy“. Typ rozhovoru „jen aktuality“ je pak podle Boyda monologickou výpovědí zpovídání, kdy se odstraní reportérové otázky.

Investigativní rozhovor podle Boyda hledá příčiny vzniklých – zpravidla nepříjemných – situací a snaží se mimo jiné dopátrat toho, co mohlo této události předejít. Konfrontační rozhovor – jak již název napovídá – Boyd označuje za „křížový výslech“, který ovšem má mít v rozhlasovém vysílání své opodstatnění. Za cíl si klade především to, aby respondenta přinutil k prozrazení věcí, jež by dotazovaný za běžných okolností veřejně nikdy neřekl. Boyd v souvislosti s tímto typem rozhovoru upozorňuje na možná úskalí i těmito slovy: *„Konfrontační rozhovor sebou nese ohromné riziko možných soudních sporů na ochranu osobnosti. To v případě, že se někdo, kdo na sebe*

musel prozradit něco nepěkného, obrátí k soudu. Novinář, který si „pustí pusu na špacír“, dřív než začne uvažovat, může zjistit, že udělal chybu skutečně za všechny peníze.“¹⁷ V souvislosti s interpretačním rozhovorem Boyd zmiňuje dvě možné roviny: první je reakce na nějakou událost, která nabývá na významu zejména tehdy, pokud je rozhovor pořízen se zainteresovanou osobou, druhou rovinou je pak analýza, vysvětlení nebo interpretace. Osobní rozhovor, který je založen na interview zpravidla se známou osobností, Andrew Boyd charakterizuje jako rozhovor důvěrný a analytický. Snahou emocionálního rozhovoru, jenž je podle Boyda jednou z nejcitlivějších prací novináře, je sdílení osobní tragédie či dojemné události s posluchači. „Pro emocionální rozhovor platí: snažíte-li se proniknout někomu do duše, pak se musíte pohybovat s nejvyšší opatrností a vydat se na cestu jen povoleným směrem.“¹⁸ Zábavný rozhovor má – jak je opětovně již z názvu zřejmé – především funkci zábavní (Boyd, 1995).

Josef Maršík nabízí jiné členění publicistického rozhovoru: reportážní, portrétní, komentující a rozborový (analytický) rozhovor (Maršík, 1999). Charakteristiky jednotlivých typů publicistického rozhovoru dle členění Josefa Maršíka – a jeho eventuální srovnání s klasifikací Adrewa Boyda – jsou předmětem následujících podkapitol.

2.1.1 Reportážní rozhovor

Tento typ rozhovoru je postaven především na zachycování respondentových slov v jeho autentickém prostředí. Oproti například komentujícímu či rozborovému (analytickému) rozhovoru jej nelze pořídit v rozhlasovém studiu, neboť je založen – a lze to klasifikovat i jako jeho přednost – na zvukovém pozadí, které doplňuje a zpestřuje výpovědi dotazovaného (Maršík, 1999).

V rozhlasovém vysílání se tento typ interview může objevovat jako samostatný rozhlasový publicistický žánr, spíše jej ale posluchači mohou zaznamenat jako součást rozhlasových reportáží, dokumentů, pásem nebo krátkých příspěvků vysílaných

¹⁷ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

¹⁸ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

v odpoledním nebo večerním proudu, které jsou na pomezí zpravodajství a publicistiky. Takové zpravodajsko-publicistické příspěvky, které bychom žánrově zařadili nejspíše k rozhlasové reportáži (spíše ke zkratce rozhlasové reportáže) a jejichž součástí jsou právě reportážní rozhovory, se objevují například ve vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu.

Podobu reportážního rozhovoru v současném vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu můžeme demonstrovat na následujícím příspěvku redaktora Martina Karlíka odvysílaného 25. 3. 2012 ve Víkendovém Odpoledním Radiožurnálu. Rozhovor je pořizován v autentickém prostředí hodináře Ladislava Procházky, je doprovázen autentickými synchrony, které jsou pro prostředí, v němž respondent odpovídá na reportérovu otázku, typické. Ukázka je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

Karlík: /zvuková kulisa – odbíjení hodin/

V sedm hodin ráno odbíjely hodiny na věži kostela sv. Vavřince v Ronově nad Doubravou na Chrudimsku jen šestkrát a ukazovaly jen šest hodin.

/zvuková kulisa – natahování hodin/

Kousek od náměstí bydlí a má svou dílnu Ladislav Procházka. U něj rozhodně neplatí, že kovářova kobyla a ševcova žena běhají bosy. Na zdech má spousty hodin a u všech otáčí ručičkami o šedesát minut napřed. Teprve pak bere klíč a výrazí směrem ke kostelu. Sedmdesát devět schodů vede k srdci věžních hodin, které je plné ozubených koleček, závaží, táhel a samozřejmě nechybí kyvadlo.

/zvuková kulisa – tikání hodin/

Procházka: *Takže já to teďka přestavím, ale aby nám to nezvonilo, tak si musím zastavit to...*

Karlík: *Zvonění.*

Procházka: *Ano, zvonění.*

Karlík: *A teďka, když se bude někdo dívat venku na náměstí, tak uvidí, jak se ručičky otáčí rychle.*

(...)

Karlík: *Kam ještě musíte vyrazit? Do jakých kostelů, radnic?*

Procházka: *Čáslav – radnice, Čáslav – věž, Choltice, Bílé Podolí, Žleby a Malešov.*

Karlík: *A to všechno stihnete během dneška?*

Procházka: *Ne, nestihnu, protože většinou to je zavřený...*

2.1.2 Rozborový (analytický) rozhovor

Rozborový rozhovor je založen především na soustavné analýze nějaké skutečnosti, problému (Maršík, 1999). Andrew Boyd jej ve své klasifikaci označuje za analytický rozhovor. Podle něj tento typ interview zevrubně zkoumá určité téma (Boyd, 1995).

V rámci širšího Boydova členění rozhovoru můžeme rozborový (analytický) rozhovor zařadit do skupiny interpretačních rozhovorů. Boyd v souvislosti s tímto typem rozhovoru připomíná, že nejlepší analýza problému je tehdy, je-li s odborníkem na dané téma, který problematice rozumí, má od události značný odstup a není v ní jakkoliv osobně zainteresován (Boyd, 1995).

Analytické rozhovory se v rozhlasovém vysílání vyskytují často v rámci samostatných publicistických pořadů. Jeho cílem není dostat zpovídaného „do úzkých“ jako například v případě rozhovorů konfrontačních, ale snahou je zejména vysvětlit a zanalyzovat skutečnosti, jež jsou aktuální a které posluchače zajímají. Respondent – zpravidla odborník na dané téma nebo novinář, jenž se danou situací nebo problémem dlouhodobě zabývá – se samozřejmě během rozhovoru nevyhne osobním stanoviskům a komentářům, cílem je ale zaujmout roli odborníka na danou problematiku a věc z různých úhlů hlouběji analyzovat, hledat příčiny problému, nabídnout možná řešení, východiska.

Příkladem rozborového (analytického) rozhovoru ve vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu mohou být rozhovory odvysílané například v publicistickém pořadu Dvacet minut Radiožurnálu. Následující ukázka rozhovoru z 29. 7. 2011 moderátorky Štěpánky Čechové, jež přizvala k mikrofonu prezidenta Potravinářské komory ČR, ukazuje možnou podobu tohoto typu publicistického rozhovoru. Řeší příčiny nakupování nekvalitních potravin v českých obchodních řetězcích a hledá možné nástroje proti tomuto problému.

Je nutné podotknout, že v tomto případě nejde ryze jen o analytický rozhovor, můžeme v něm spatřovat také rysy komentujícího interview, které je předmětem jedné z dalších podkapitol. Jak již bylo v této bakalářské diplomové práci zmíněno, v praxi je prolínání jednotlivých typů rozhovorů běžné, stejně jako v následujícím případě. Ukázka je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

***Čechová:** Zákazníci v Česku nakupují méně kvalitní potraviny než na západ od našich hranic. Stejný problém mají i další postkomunistické země. Světový výrobci si k nám dovolují posílat horší zboží. Prý si tady zákazníci tolik nestěžují. Jak je možné, že složení potravin se stejnou značkou se liší podle odběratelské země? Existuje účinná obrana? A měli bychom platit za vyšší kvalitu i víc peněz? Začíná 20 minut Radiožurnálu. Pozvání přijal prezident Potravinářské komory České republiky Miroslav Toman. Vítejte u nás.*

***Toman:** Dobrý den.*

***Čechová:** Pane prezidente, to, o čem se dlouho mezi lidmi mluvilo, nakonec potvrdily i testy, které zveřejnila slovenská Asociace spotřebitelů, nakonec i stížnost Bulharska, kam se tedy údajně vozí nejhorší kvalita a Bulharsko si stěžuje k orgánům Evropské unie. Jak došlo k tomu, že se v Evropě uplatňuje dvojitá metr pro prodej potravin?*

***Toman:** Tak já si myslím, že v první řadě je to otázka peněz, otázka nákladů, otázka, co si nechají zákazníci líbit a co chtějí kupovat a co nechtějí kupovat. A je to otázka ke spotřebitelským organizacím.*

(...)

Čechová: *Výrobci přiznávají, že složení některých výrobků se stejnou značkou se pro jednotlivé trhy liší. Ze kterých zemí se k nám především dováží takové zboží?*

Toman: *Tak já musím říct, že mnoho takzvaného značkového zboží se vyrábí v nových zemích. To znamená, ať to je Polsko, ať to je Maďarsko, ať to je Bulharsko a další. A myslím si, že to méně kvalitní zboží se dováží hlavně z těchto nových zemí. Ale samozřejmě nemůžeme vynechat ani staré země, jako je Řecko, Španělsko a podobné země.*

2.1.3 Portrétní rozhovor

Hlavní funkcí portrétního rozhovoru je především charakteristika zpovídaného (Maršík, 1999). Cílem není analýza aktuálního problému, ani přílišné komentování nějaké závažné či důležité události, nýbrž snaha zprostředkovat posluchači profil zpovídaného respondenta – zpravidla známé osobnosti, nebo také člověka, jenž dokázal něco společensky významného. Vedle otázek týkajících se výhradně života zpovídaného se v portrétních rozhovorech objevují také osobní postoje respondenta na nejrůznější témata a problémy, můžeme v něm tedy spatřovat i rysy komentujícího interview.

Klasifikace Adrewa Boyda označuje tento typ interview jako osobní rozhovor. Podle Boyda může jít o krátký rozhovor s nějakou slavnou osobností o ní samotné, nebo o hlubší interview, které přináší obsáhlejší profil hosta (Boyd, 1995). Alena Blažejovská jej ale charakterizuje jako portrét vytvořený na principu dialogu a srovnává jej s medailonem. Úkolem portrétního rozhovoru podle Blažejovské není shromáždit životopisná fakta a další biografické údaje o respondentovi, ale přinést jeho hlubší poznání (Blažejovská, 2009).

Podle Václava Moravce může v případě portrétních rozhovorů podpořit emocionalitu interview použití archivních zvukových nahrávek: *„Novinář může s pomocí archivních ukázek snadněji proniknout do myšlenkových pochodů respondenta, což je u portrétního rozhovoru zpravidla největší problém.“*¹⁹

¹⁹ MORAVEC, Václav. Rozhovor v rozhlasovém a televizním vysílání. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 69 – 88.

Rozhovory, které bychom mohli zařadit k těm portrétním, se vyskytují v Českém rozhlasu 1 – Radiožurnálu například v pořadech Host Radiožurnálu, v menší frekvenci také ve Dvaceti minutách Radiožurnálu, nebo v pořadu Nad věcí, jehož hlavní moderátorkou je Jana Klusáková, jež řadu rozhovorů vydala také knižně. V rozhovoru Radima Kopáče, vydaného v této bakalářské práci několikrát citované publikaci *Rozhovory o interview*, vysvětluje, proč jí je nejbližším žurnalistickým žánrem právě interview: „*Rozhovor je šikovný žánr. Mohu se lecčeho dobrat, a zpovídaný člověk někdy dokonce řekne něco, nač by bez mojí otázky nepřišel.*“²⁰ Jana Klusáková v citovaném rozhovoru sama říká, že svým hostům pokládá zcela obyčejné otázky. Demonstrujme si to na následující ukázce z pořadu Host Jan Klusákové z 30. června 2007, jenž vysílal Český rozhlas 1 – Radiožurnál do konce roku 2007, kdy se funkce ředitelky Radiožurnálu ujala Barbora Tachecí a podoba této stanice získala jinou podobu. Rozhovor s hercem Jiřím Lábusem je přepsán ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

Klusáková: *Náš host má mimořádnou zvukovou, přesněji hlasovou výsadu, hnedle promluví, je snadno rozpoznatelný. Je to, pane Lábusi, kromě výsady také výhoda?*

Lábus: *Výhoda to asi ani moc nebude, protože je fakt, že když si objednávám taxíka, tak aniž se představím, tak se ozve: ano, pane Lábus, přijedu za deset minut, takže to je takový pocit, že člověk už není anonymní, a to mně docela, musím říct, vadí. A čím dál víc.*

Klusáková: *A zvláště, když vyjdete s tímhle tím obličejem do ulic. Lidé vás oslovují?*

Lábus: *Oslovují, dokonce šli dva Romové proti mně nedávno po Holešovicích a zařvali, když mě viděli: hele Rumburak, on ještě žije. To je co?*

Klusáková: *A co vy?*

Lábus: *Já jsem se jen pousmál, taky jsem se divil.*

²⁰ KOPÁČ, Radim. To by bylo žalob! Rozhovor o interview I s Janou Klusákovou. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 143 – 148.

Klusáková: *Chodíte do rozhlasu rád?*

Lábus: *Velmi rád musím říct. Za první to nemám daleko a za druhé rozhlas mám od svých dětských let strašně rád, takže to je taková disciplína, kterou opravdu miluju, a hrozně rád v rozhlase pracuju, můžu říct.*

2.1.4 Komentující rozhovor

Komentující rozhovor podle Josefa Maršíka zastává určité stanovisko k nějaké události, dění komentuje a hodnotí jej (Maršík, 1999).

V rámci klasifikace rozhovorů Andrewa Boyda můžeme komentující rozhovor zařadit do skupiny interpretačních rozhovorů, jejichž základní funkcí je snaha o vysvětlení nějakých událostí a především reakce na určité události (Bod, 1995).

Respondent v něm zaujímá nějaký osobní názor, nebo stanovisko, jež sdílí větší skupina lidí nebo organizace, kterou v probíhajícím rozhovoru respondent zastupuje. Hosty komentujících publicistických rozhovorů bývají i politici, ale především pak odborníci z nejrůznějších oblastí – ekonomové, politologové, psychologové, sociologové, lékaři, v řadě případů ale také sami novinářští kolegové.

Úryvek rozhovoru z Ranního interviewu na Radiožurnálu z 22. 12. 2011, citovaný v následujících řádcích, ukazuje podobu komentujícího rozhovoru právě novináře Českého rozhlasu 6 Libora Dvořáka a moderátora Jana Pokorného. Komentátor redakce bývalé Svobodné Evropy komentuje politickou situaci v Rusku, zejména pak průběh parlamentních voleb a zaujímá stanovisko také k ruským kondolencím zesnulému prezidentovi Václavu Havlovi. Ukázka rozhovoru je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

Pokorný: *My se teď dostáváme do situace, kdy budeme hodnotit stav federace ještě před samotným vystoupením prezidenta. Co, Libore, Medveděv podle vašeho názoru zákonodárcům sdělí zejména?*

Dvořák: *Tak předem se očekávalo, že bude mluvit na svá oblíbená modernizační témata, ale po tom, co se stalo od 4. prosince, bude muset nutně – alespoň zčásti – věnovat tento svůj projev také těm výsledkům voleb, falšování voleb, projevů nespokojenosti občanů a tak dále a tak podobně. Není vyloučeno, že zabrousí také na to, co už tandem po volbách sliboval ústy premiéra Putina, totiž že se možná Rusko vrátí k přímým volbám gubernátorů. (...)*

Pokorný: *Pokud se během noci nic nezměnilo, jak si vysvětlujete, že nejvyšší místa Ruska ještě oficiálně, řekněme, nekondolovala českému státu k úmrtí Václava Havla?*

Dvořák: *Víte, to je otázka. Jene, já jsem o tom hodně přemýšlel. Ambasáda se vmlouvá na to, že řádnou kondolenci už poslala v pondělí. Pražský hrad to potvrdil, že se tak stalo. Ta kondolence ambasády byla jménem celého ruského vedení. Takže pokud to tímto ruské politické špičky považují za spláchnuté, demonstrují tak jenom svůj, řekl bych, velmi, velmi komplikovaný vztah k osobnosti Václava Havla. Už jsme několikrát připomínali v médiích, že je to v ostrém kontrastu oproti tomu, co se stalo vůči Korejské lidově demokratické republice při úmrtí Kim Čong-ila. Je to zkrátka celé podivné, ale je to spíše ruský než náš problém.*

2.2 Příprava na rozhovor

Dostatečně kvalitní příprava na rozhovor by měla být nezbytností každého interview – ať už v tištěných nebo audiovizuálních médiích. Domnívám se, že v případě audiovizuálních médií jde o přípravu daleko důkladnější a náročnější, neboť v tištěné podobě lze ledacos dodatečně poupravit, změnit sled otázek, pozměnit některé formulace redaktora i respondenta, zatímco u rozhovorů televizních a rozhlasových, které jsou postaveny na autentičnosti, jsou dodatečné úpravy znatelně obtížnější a v případě rozhovorů vysílaných naživo nemožné.

Václav Moravec přikládá přípravné fázi značnou váhu, neboť podle něj právě příprava rozhoduje o kvalitě rozhovoru (Moravec, 2009). Součástí přípravy na rozhovor je kromě nezbytných rešerší k tématu nebo osobě, s níž bude rozhovor zrealizován, také potřeba zjistit, pro koho je rozhovor určen, kdo je recipientem pořadu, v němž se

rozhovor objeví, co má být jeho cílem a samozřejmě jaké otázky respondentovi pokládat a také jakým způsobem. Václav Moravec také připomíná, že především v rozhovorech s politiky je důležitá nejen detailní znalost probíraného tématu, ale i jeho širšího kontextu (Moravec, 2009).

Do této kapitoly, která se zbývá přípravou na rozhovor, můžeme zařadit i rovinu psychologickou. Souvisí především se setkáním s hostem ještě před samotným natáčením rozhovoru. I to se totiž může značně projevit na podobě rozhovoru, zejména pak u lidí, kteří nejsou zvyklí často mluvit do éteru. Andrew Boyd zmiňuje, že stejně důležité jako samotné natáčení rozhovoru může být právě úvodní setkání, kdy moderátor a host spolu navazují určitý vztah (Boyd, 1995). Předmětem takového setkání by ale nemělo být rozebírání konkrétních otázek, ty by se měl respondent dozvědět až během natáčení, ačkoliv okruhy témat interview může znát už předem.

1.2.1 Rešerše

Precizní příprava a dobrá rešerše na rozhovor zpravidla zajišťují i žádoucí výsledek. Novinář by si měl o tématu či o osobě, s níž bude v případě portrétního nebo také komentujícího rozhovoru promlouvat, zjistit co nejvíce informací včetně archivních vyjádření do médií, sebe prezentace na webových stránkách, vydaných publikací o respondentovi nebo k tématu, o který by se rozhovor měl opírat, apod.

„Seznámení s tématem je krokem číslo jedna. Krokem číslo dvě je vytvořit si jasnou představu o tom, na co se chci zeptat, což závisí na typu rozhovoru a na jeho délce.“²¹

Podle Stephana Ruß-Mohla každé podařené interview vyžaduje předchozí přípravu stejně jako strategii rozhovoru (RußMohl, 2005).

Olga Müllerová přisuzuje věcné znalosti probíraného tématu během rozhovoru i odborné přípravě pořadu značnou váhu: *„Z moderátorových otázek a vstupů je patrné, že pracuje s ověřenými informacemi, dovede je vhodně uplatnit a jejich pomocí se snaží přimět hosta, aby spolu k věci přicházeli na kloub a dobírali se podstaty jevů. (...)*

²¹ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

*Moderátor velmi pohotově a na příhodném místě uvádí informace téměř vždy s citací pramene, odkud čerpá.*²² Müllerová uvádí jako zdroje informací noviny a časopisy, vlastní projevy hosta, projevy jiných osobností k tématu, úryvky z magnetofonového záznamu, dále pak jiné zdroje, mezi něž řadí nejrůznější statistiky, úryvky z knihy aj., nebo informace z doslechu a ústního sdělení (Müllerová, 2003).

Současní mediální pracovníci mají oproti minulým letům daleko snazší přístup k informacím, zejména kvůli expanzi internetu. Ondřej Neff ve své stati nazvané *Rozhovor s Gigantem* ale jasně upozorňuje, že internetové vyhledávače by neměly být tím jediným zdrojem informací: *„Google dodá materiál, ale klíč ke Gigantovi, ten si musíme najít sami.*“²³

Při přípravě rozhovoru se vedle internetu také očekává, že novináři budou pracovat také s archivy, nejrůznějšími databázemi, archivy mediálních zpráv a výstupů, lexikony, knihovnami, veřejně dostupnými materiály. Žádoucí je i spolupráce s rešeršním oddělením. Právě na nedostatečnou práci s archivy v českém mediálním prostředí oproti západoevropské žurnalistice upozorňuje Václav Moravec. Podle něj by především při rozhovorech s politiky měli být novináři „pamětí veřejnosti“. Prostřednictvím archivních článků a rozhovorů mají politikům připomínat jejich sliby (Moravec, 2009).

Navíc současné publicistické pořady Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, jež jsou postavené na rozhovorech a které jsou předmětem této seminární práce, pracují zřídka se zvukovými archivními nahrávkami, v nichž promlouvají pozvaní hosté v uplynulých dnech, měsících i letech.

Podle Olgy Müllerové jsou právě konfrontace aktuálních vyjádření hostů s jejich vlastními minulými stanovisky k určitým záležitostem obzvláště účinné a novinářům je doporučuje: *„Doslovné znění je nezpochybnitelné a nedovoluje hostovi příliš uhýbat.*

²² MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

²³ NEFF, Ondřej. Rozhovor s Gigantem. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 41 – 44.

*Moderátor je v pevném postavení, host nemůže operovat s tím, že jeho dříve pronesená slova jsou zkreslena, vytržena z kontextu, že si na své výroky už přesně nevzpomíná atp.*²⁴ Takové archivní zvukové materiály přispívají kromě jiného i k větší dynamice pořadu.

Jindřich Šídlo zase poukazuje na to, že i v detailně připraveném rozhovoru, včetně připravených archivních materiálů, se skýtá past: *„Chytit politika za slovo je fajn, ale vystavujete se riziku, že se poté, co mu počtvrté ocitujete jeho větu z rozhovoru z roku 2001 jako důkaz jeho bezpáteřnosti, úplně uzavře a nevypáčíte z něj už ani větu.*“²⁵

1.2.2 Příprava scénáře a otázek

Ještě než se budeme zabývat přípravou samotných otázek pro hosta a doporučeními, jaké typy otázek je vhodné používat v úvodu, jaké naopak v závěru, soustředíme se v následujících řádcích na vymezení pojmu otázka.

Definici otázky nelze pravděpodobně zcela uchopit v uspokojivé míře. Podle lingvistky Světlý Čmejrkové je jednodušší definovat otázku pragmaticky, než syntakticky. Definuje ji jako žádost o poskytnutí informace. Otázku v rozhovoru nazývá jako vše, co chápe interviewovaná osoba k podání informace (Čmejrková, 2003).

Jiří Kraus v publikaci *Jazyk v proměnách komunikačních médií* píše, že k nejčastějším schopnostem žurnalistů patří právě umění klást otázky. Otázky z lingvistického hlediska rozlišuje na otázky zjišťovací, u nichž se vyžaduje odpověď „ano“ či „ne“, a otázky doplňovací, které zpravidla začínají tázacími zájmeny „kdo“, „co“, „jaký“, „který“ ad. Podle Krause je prvním impulsem k položení otázky jistá nejistota tazatele, který odpověď na otázku skutečně buď zjišťuje, nebo si ji u zpovídaného ověřuje: *„V případě tzv. ověřovacích otázek se předpokládá, že tazatel*

²⁴ MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

²⁵ ŠÍDLO, Jindřich. Interview je zpráva. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 61 – 68.

*disponuje větší mírou obeznámenosti s předmětem nejistoty než dotazovaný. Tazatel tedy věcnou odpověď na svou otázku zná a nejistota se týká jenom znalosti toho, co o věci ví partner.*²⁶

Autoři publikace *Rétorika a komunikace* Dieter – W. Allhoff a Walter Allhoff pak rozlišují otázky uzavřené a otevřené, přímé a nepřímé a takzvané rétorické otázky. Přímé otázky pak rozlišují na otázky informační, protiotázky, otázky na detaily, alternativní otázky, objektivní otázky, otázky na předpoklady, dvojsmyslné otázky nebo na otázky sugestivní (Dieter – W. Allhoff a Walter Allhoff, 2008).

Podle Čmejrkové mohou novináři vedle otázek zjišťovacích a doplňovacích, na které mohou hosté odpovídat volněji, používat také otázky alternativní a vylučovací, jejichž prostřednictvím nabízejí zpovídanému hostovi dvě možnosti, z nichž si host má jednu vybrat. Demonstrovat si to můžeme na následující ukázce z pořadu *Dvacet minut Radiožurnálu*, v němž moderátor Martin Veselovský zpovídá předsedu KDU-ČSL Pavla Bělobrádka. Ukázka rozhovoru z 15. 2. 2012 je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu:

Veselovský: *Řekněte mi, v čem je podle vašeho názoru větší nebo zásadní problém, v tom, že ministerstvo data o občanech České republiky předává soukromé firmě ke správě a shromažďování, nebo v tom, že podle vašeho názoru nebo třeba aspoň pan místopředseda Bartošek říká - nebylo vyhlášeno správně tak, jak by mělo být, výběrové řízení?*

Podle Čmejrkové může moderátor nutit hosta k přímé odpovědi jen do určité míry, pak prý musí na odpověď rezignovat, protože nemůže jednu otázku opakovat stále dokola (Čmejrková, 2003). V praxi se však častokrát setkáváme s přesným opakem: moderátoři publicistických pořadů se nebojí respondentovi položit otázku klidně i třikrát, není-li řádně zodpovězena. Je-li odpověď na moderátorovu otázku nezbytná pro zjištění nějaké závažné či důležité informace, pak – pokud nejde jen o „taškaření“ mezi

²⁶ KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2008. 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3

moderátorem a jeho hostem – můžeme takový postup novináře, dle mého soudu, zhodnotit jako žádoucí.

Co se týče přípravy sledu otázek, není jasně dáno, jaké typy připravených otázek by se měly objevovat hned v úvodu, které naopak v závěru rozhovoru. Záleží samozřejmě na kompozici celého interviewu i na tom, jakou stopáž má rozhovor mít. Roli hraje i osobnost moderátora a jeho způsob vedení. Václav Moravec doporučuje mít jasnou představu a strukturu rozhovoru: *„Ještě před tím, než novinář usedne k rozhlasovému mikrofonu či před televizní kameru a začne vést rozhovor, měl by mít důkladně promyšlenou jeho strukturu, která nejenže pomůže posluchačům a divákům se v interview lépe orientovat a porozumět mu, ale autorovi usnadní logické řazení otázek.“*²⁷

Kompozičních postupů rozhovoru může být hned několik. Některé rozhovory mohou být koncipovány chronologicky, moderátor se snaží vést rozhovor s hostem tak, aby byl „příběh“ odvyprávěn v časové posloupnosti tak, jak se události staly. Častou variantou je ta, která rozhovor otevírá nějakým detailem. Možný je i způsob, kdy moderátor vede rozhovor od nejpodstatnějších k méně podstatným faktům.

Stephan Ruß-Mohl ale upozorňuje, že „těžké otázky“ by se měly objevovat v závěru rozhovoru. Zároveň ale připomíná, že by se neměly pokládat příliš pozdě, aby zbyl čas na jejich důkladné zodpovězení v případě, že by se host snažil uhýbat od odpovědí. Potřeba je podle něj také vyvarovat se vzdálených otázek, na něž by novinář měl znát odpovědi, pokud je dobře připraven: *„Pro dotazovanou osobu jsou signálem, že celá záležitost proběhne lehce, protože ten, kdo se ptá, se stejně v problematice řádně nevyzná.“*²⁸

Podle Václava Moravce je také důležité, aby na průběh rozhovoru byl připraven i host, s nímž bude novinář interview realizovat. Měl by proto podle Moravce znát okruhy témat, o které se bude rozhovor opírat. Novinář má ale právo zařadit do scénáře

²⁷ MORAVEC, Václav. Rozhovor v rozhlasovém a televizním vysílání. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 69 – 88.

²⁸ RUß-MOHL, Stephan. - BAKIČOVÁ, Hana. Žurnalistika. 1. vyd. Praha: Grada, 1995. 292 s. ISBN 80-2470158-8

otázky, které se zaslaných okruhů netýkají. Týká se to především čerstvě aktuálních záležitostí, o nich novinář předem nevěděl a v době zasilání tematických okruhů otázek je nebylo možné do seznamu zařadit. Zároveň ale Moravec dodává, že novinář by neměl respondentovi prozrazovat konkrétní otázky, jež má redaktor na hosta připravené (Moravec, 2009).

Pro samotný průběh rozhovoru by to bylo nežádoucí, interview by působilo přespříliš strojeně a nedopovídal by tak přednostem rozhlasového vysílání, jež jsou jmenovány v předchozích kapitolách. Jak již bylo v předchozích řádcích zmíněno, jediná varianta, kdy respondent zná konkrétní otázky rozhovoru, může nastat během rozhovoru redaktora stejné stanice, jenž se daným problémem v terénu zabýval a který odpovídá na moderátorovy otázky, jež si ale sám připravil.

Andrew Boyd upozorňuje na to, aby především začínající novináři nedali možnost svému hostovi vzít kontrolu nad rozhovorem. Rovněž odmítá, aby respondent odpovídal jen podle určitého seznamu otázek: *„...zdvořile leč pevně jim sdělte, že tímto způsobem nepracujete, že dáváte přednost možnosti volně reagovat na odpovědi. Pokud žádají, abyste jim některé otázky nekladli, pak se pokuste z toho nějak vykličkovat, přičemž jim nesmíte nic slíbit.“*²⁹

S druhým tvrzením Andrewa Boyda nemusíme souhlasit, podle mého mínění už souhlasem s natáčením rozhovoru respondent říká, že bere na vědomí, že se ho novinář zeptá na cokoliv. Není ale dle mého soudu žádoucí, aby respondent rozhodoval o otázkách novináře, byť má samozřejmě právo na některé otázky neodpovídat.

*„Nikdy jsem se nebál a nebojím otázek, jež někomu mohou připadat hloupé, pokud mám pocit, že jsou zajímavé pro mé diváky,“*³⁰ píše ve své knize nazvané *Nebojte se mluvit* rozhlasový a televizní moderátor Larry King. Zatímco jeden z nejznámějších moderátorů světa se – jak se v citované knize zmiňuje – zcela vědomě vyhýbá otázkám, na něž předvídá odpovědi, Andrew Boyd se domnívá, že právě *„tajemství úspěchu je*

²⁹ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

³⁰ KING, Larry. *Nebojte se mluvit*. 1. vyd. Praha: Ivo Železný, 1996. 138 s. ISBN 80-237-2411-8

*přemýšlet před položením otázek o tom, jaké asi dostaneme odpovědi.*³¹ Ruß-Mohl v souvislosti s tím cituje amerického novináře Rayana, který žurnalisty varuje, aby nepořizovali rozhovory, pokud neznají alespoň čtyřicet procent respondentových odpovědí. (RußMohl, 2005).

Václav Moravec považuje za vhodné připravit si před natáčením rozhovoru seznam konkrétních otázek, které novináři pomohou v orientaci. Zároveň ale dodává, že není žádoucí, aby se moderátor držel připravených otázek zcela rigidně (Moravec, 2009). Stejný názor zastává i Andrew Boyd, podle nějž může striktní držení se připravených otázek způsobit několik komplikací během samotného natáčení rozhovoru: ztrácí se vizuální kontakt, moderátor není schopen při snaze soustředit se na seznam připravených otázek poslouchat svého hosta a celý rozhovor působí spíše strojeně než autenticky (Boyd, 1995).

Moravec také připomíná, že otázky by pro partnera měly být srozumitelné a pro oba partnery by měly mít jednoznačný smysl. Každá otázka by podle něj měla obsahovat vždy pouze jediné téma, jinak hrozí neurčitá odpověď. Zároveň upozorňuje i na to, že by každá otázka měla navazovat na předchozí otázku. To podle Moravce úzce souvisí s nezbytností přípravy každého interview i promyšlení jeho struktury (Moravec, 2009).

2.3 Role moderátora v rozhlasovém publicistickém rozhovoru

Jak již bylo v této bakalářské diplomové práci zmíněno, v rozhlasu veřejné služby se setkáváme především s institucionálními rysy komunikace, kdy je zpravidla potlačena individualita a osobnost moderátora, zatímco v soukromých médiích převažují rysy individuální komunikace, která dává moderátorovi daleko větší možnost prosadit svou osobnost v probíhajícím interview.

³¹ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

Podle Olgy Müllerové působí moderátor během vedení interview hned ve třech rolích. První představuje roli institucionální, kdy jako zástupce nějaké instituce promlouvá jednak s hostem, jednak s posluchači – jsou-li v rámci pořadu zařazeny také telefonické dotazy volajících. Druhou roli Müllerová označuje jako interakční, na základě níž moderátor rozhoduje o tom, jakým směrem se má dialog ubírat a určuje, kdo má v danou chvíli slovo. Třetí rolí je pak role soukromá, která je typická především pro soukromá rádia (Müllerová, 2003).

Světla Čmejková zmiňuje, že model institucionální komunikace novináři říká, aby byl nestranný: *„Redaktor by např. neměl ani vyjadřovat souhlas nebo nesouhlas s interviewovaným hostem, neměl by užívat signály mm hm, ano, opravdu, skutečně aj. Neměl by samozřejmě jednomu dotazovanému klást otázky agresivní a nepřátelské a jinému otázky mírné o podpůrné.“*³²

K tomuto stanovisku můžeme namítnout, že novinář by neměl svému respondentovi pokládat ani otázky přátelské, natož pak nepřátelské, jak Světla Čmejková ve své stati zmiňuje. Navíc dle mého soudu je rozdíl, zda novinář realizuje rozhovor s režisérem Národního divadla o připravované nové inscenaci, nebo zda jde o interview s politikem, který je podezřelý z korupčního jednání. V obou případech bude míra „agresivních otázek“, jak autorka zmiňuje, jistě odlišná. K politikům se zpravidla novináři chovají jiným způsobem, protože zpovídat se veřejnosti je politikovou povinností.

Například Stephan Ruß-Mohl se domnívá, že politici, PR odborníci, hvězdy showbyznysu a další mají společné to, že jsou profesionály v oblasti komunikace a jsou zvyklí veřejně vystupovat, novinář s nimi tudíž může zacházet jinak než s těmi, již nemají tolik mediálních zkušeností (Ruß-Mohl, 2005). Navíc – pokud se vrátíme k rozhovorům s politiky, a točí-li se rozhovor kolem tak závažného provinění, jako je korupce, větší míra konfrontačních a „agresivnějších“ otázek lze opodstatnit i veřejným zájmem.

³² ČMEJKOVÁ, Světla. Mediální rozhovor jako žánr veřejného projevu. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

A jsou to právě mnohdy politici, kteří se ze všech druhů respondentů vyhýbají zodpovězení otázek novináře, o čemž se v publikaci *Jazyk, média a politika* zmiňuje i Světlá Čmejrková. Podle jejích slov je analýza takovéto řečnickovy vyhýbavosti jedním z nejvděčnějších témat analýzy interview: „*V základu analýz leží zjištění, že politici poskytují přímé odpovědi méně ochotně než jiní diskutující.*“³³

Nicméně je ale vhodné upozornit, aby novináři – ať už z médií veřejné služby, nebo ze soukromých rádií – přistupovali i k takovému politikovi, jenž je podezřelý kupříkladu z korupce, seriózně, s úctou, nadhledem, bez zbytečných a nežádoucích emocí. Recipienta zastupuje v rozhovoru právě moderátor, posluchače zpravidla nezajímají slovní přestřelky mezi novinářem a zpovídaným, pokud nejde skutečně o dobírání se podstaty věci. Moderátorovou úlohou by neměla být exhibice a propagace vlastní osoby, nýbrž vedení kvalitního věcného rozhovoru.

Müllerová na zdvořilé chování moderátora upozorňuje i následujícími slovy: „*Dává najevo respekt ke každému ze svých hostů. Z explicitních prostředků vyjadřování zdvořilosti lze uvést zdvořilostní formule řízení rozhovoru a dialogického kontaktu.*“³⁴ Müllerová také v souvislosti s tímto říká, že novinář by se hostovi měl často omlouvat, považuje-li za nutnost přerušit jeho dlouhý monolog, aby udržel linii a kompozici rozhovoru (Müllerová, 2003).

Poměrně často se za přerušování toku řeči svých hostů omlouvají moderátoři pořadu *Dvacet minut Radiožurnálu*, jejichž respondenti jsou především z řad politiků:

„*Pardon, že vás přerušuji, to znamená, že vy teď vlastně potvrzujete zprávy, že BIS už v roce 2009 varovala před ABL?*“

(Štěpánka Čechová, *Dvacet minut Radiožurnálu*, 12. 4. 2011)

³³ ČMEJRKOVÁ, Světlá. Mediální rozhovor jako žánr veřejného projevu. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

³⁴ MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

„Na druhou stranu, pardon, že vám skáču do řeči, pane Feřteku, ve chvíli, kdy byly zveřejněny některé testy na internetu, tak ministerstvo školství a CERMAT řekly, že podávají trestní oznámení kvůli právě autorským právům.“

(Martin Veselovský, Dvacet minut Radiožurnálu, 9. 6. 2011)

„No, jo, ale pardon, že vás přeruším, tohle my jsme věděli, to jsme věděli ještě předtím, než vyšli do ulic. Ale po té akci nenásledoval žádný zásadní obrat.“

(Štěpánka Čechová, Dvacet minut Radiožurnálu, 4. 10. 2011)

Podle Václava Moravce je také důležité, aby novinář v právě probíhajícím rozhovoru dovedl uznat chybu, pokud se jí z různých opodstatněných důvodů dopustil. Podle Moravce není přiznání chyby projevem moderátorovy slabosti. Náprava chyby by podle něj měla být provedena v co možná nejbližším časovém intervalu (Moravec, 2009). Není jistě žádoucí, aby moderátor v případě dopuštění se jakékoliv chyby chtěl za každou cenu prosadit svou pravdu a dokázat posluchačům, že nešlo o chybu jeho, nýbrž nějaké druhé či třetí osoby.

Ukázka z pořadu Dvacet minut Radiožurnálu z 8. 12. 2011 demonstruje, jakým způsobem se moderátor Martin Veselovský dopustil chyby při představování svého hosta. To může nejen u posluchačů vyvolat nepříjemný ohlas. Moderátor by měl vědět, s kým realizuje rozhovor, měl by znát jeho přesnou profesní funkci. Ukázka rozhovoru je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

Veselovský: *Posloucháte Dvacet minut Radiožurnálu, komentátor Lidových novin Bohumil Doležal je dnes jejich hostem.*

Doležal: *Já nejsem komentátor Lidových novin, já jsem spolupracovník.*

Veselovský: *Spolupracovník Lidových novin. Tak. Zpátky k přímé volbě prezidenta...*

Pokud jde o nestrannost moderátora, tu by si dle mého soudu měl jistě moderátor zachovat v každém případě. Neměl by ani v průběhu interview hodnotit, co je správné a co nikoliv, jako například v případě moderátorky Dvaceti minut Radiožurnálu Štěpánky Čechové, jež dle mého mínění tuto zásadu – navíc podle mě nepatřičnou formou – porušila při rozhovoru s Andrejem Babišem 16. 11. 2011. Ukázka rozhovoru je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

Čechová: *Pojďme dál, pojd'me tam, kam jste dospěl vy v tom vašem tvrzení, že Vít Bárta je domluvený s Václavem Klausem na tom, že položí vládu ve chvíli, kdy to bude nejvíce vhodné pro Václava Klause. Kdo to říká, kde jste to vzal?*

Babiš: *No, to říká, ale to není ..., ale normálně v českém prostředí jako, ale to není podstatné.*

Čechová: *Takže zase bez důkazů...*

Babiš: *Ne, počkejte, jak bez důkazů? Já říkám věci, které ...*

Čechová: *To je na úrovni pavlačového drbu v tu chvíli.*

Babiš: *Jo, jo, asi jo.*

Čechová: *To je přece špatně, člověk, který chce získat veřejnou podporu pro své hnutí ANO 2011, přece nemůže vystupovat na úrovni pavlačové drbny.*

Andrew Boyd upozorňuje na to, aby se novináři vyhýbali zavádějícím otázkám, které mohou dotazovaného dostat do kouta a tam jej polapit: „Velice často se to však obrátí proti reportérovi, jemuž je vyčítána škodolibost, zaujatost a neférové jednání.“³⁵

Podle Světlý Čmejrkové by se i host měl během rozhovoru držet určitých regulí, zejména pak zdržet se nevyžádaného komentáře k předchozím otázkám, neměl by sám klást otázky – a pokud tento rámeček nerespektuje, má moderátor podle Čmejrkové právo

³⁵ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

a povinnost na to svého hosta upozornit, sankcionovat jej a vrátit interview zpět do institucionálního rámce. Lingvistka Čmejková také říká, že host by měl respektovat novináře, který je tím, kdo řídí celý rozhovor a je v jeho středu (Čmejková, 2003).

Olga Müllerová míní, že charakter i kvalita rozhovoru je závislá právě na schopnostech moderátora. Důležité jsou podle ní organizace interview i umění být rovnocenným partnerem hostů. Obzvláště důležitá je moderátorova odbornost a informovanost o probíraném tématu. Podle Müllerové je pro sledovanost a oblibu pořadů, které jsou postaveny na publicistických rozhovorech, důležitý i individuální moderátorův styl. (Müllerová, 2003).

Úloha moderátora se samozřejmě odvíjí kromě jiného i od typu rozhovoru, který s respondentem vede. Na základě zjištěných fakt o klasifikaci publicistického rozhlasového rozhovoru v rámci této bakalářské diplomové práce můžeme konstatovat, že míra konfrontace moderátora s hostem bude jiná u portrétních rozhovorů než u analytických nebo komentujících interview – budeme-li se držet členění rozhovoru dle Josefa Maršíka.

Například moderátoři v anglosaském mediálním prostředí přistupují ke svým hostům velmi konfrontačně, hovoří se o tzv. „grillingu – grilování“ (Ruß-Mohl, 2005). Podle Andrewa Boyda bývá v současné době konfrontační přístup moderátora k respondentovi módní záležitostí, nicméně novinář by jej podle jeho slov měl použít jen v případě jeho opodstatněnosti: *„Zřejmě neexistuje rozumný důvod, proč by se křížovému výslechu rozhlasového reportéra měli podrobit zástupci dobročinné organizace, jež plánuje výstavbu nového dětského domova, pokud celá záležitost skutečně nezavání korupci.“*³⁶

Na nemístnost konfrontace moderátorky publicistického pořadu Dvacet minut Radiožurnálu Heleny Šulcové upozorňuje ve Sborníku příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK v roce 2009 Ondřej Leinert: *„Působí za mikrofonem pro mne bohužel velmi afektovaně a*

³⁶ BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

nesympaticky. Její projev se mi jeví velmi konfrontační, a to i ve chvílích, kdy to není příliš na místě.“³⁷ Leinert v příspěvku cituje rozhovor Šulcové s někdejší ministryní obrany Vlastou Parkanovou z 9. února 2009, kdy se moderátorka ptá, „*co je ministryně ještě schopna udělat kvůli radaru*“, zda, „*nazpívat ještě jednu písničku*“? Takové otázky jsou podle Leinerta příliš konfrontační a zjednodušené, a lze tak očekávat, že odpověď bude podobně agresivní a jednoduchá, k čemuž v rozhovoru před třemi lety nakonec podle Leinarta došlo (Leinert, 2009).

Podle Světlý Čmejrkové se mnozí čeští moderátoři do netaktnosti a příkrosti, které podle nich mají svědčit o nepředpojatosti a objektivnosti, nutí často sami. Moderátoři se podle jejích slov snaží spor vyprovokovat, aby mohli rozhovor označit jako střet (Čmejrková, 2003).

2.4 Jazyk moderátorů a řečnické prostředky

Jak již bylo v této bakalářské diplomové práci zmíněno, jednou ze specifik rozhlasového vysílání je šíření informací výhradně zvukovou (sluchovou) cestou. Zatímco v tištěném periodiku se recipient může k textu kdykoliv vrátit, v rozhlase je tato možnost pochopitelně odepřena, ačkoliv dnes už digitalizace jednotlivých rozhlasových pořadů umožňuje posluchačům poslechnout si odvysílaný pořad zpětně ve zvukovém archivu. V případě televizního vysílání recipient naopak přijímá informace především prostřednictvím vizuální složky, až na druhém místě je část zvuková.

Na základě výše uvedených fakt můžeme konstatovat, že rozhlasová komunikace tak klade vyšší nároky na srozumitelnost než u jiných médií – ať už tištěných, elektronických nebo audiovizuálních. Rozhlasoví redaktoři a moderátoři by tak měli dbát nejen na správný výběr slovních spojení, ale i na jejich interpretaci.

³⁷ LEINERT, Ondřej. 20 minut Radiožurnálu. In *Rozhlas veřejné služby: Stojí na rozcestí? Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2009. s.19 – 21.

2.4.1 Jazyk moderátorů

Jazyk rozhlasových moderátorů, hlasatelů a reportérů by měl být co možná nejméně formální, neboť oproti tištěným médiím jde o komunikaci člověka k člověku. Nežádoucí je používání knižních zastaralých výrazů, snaha o hyperkorektnost, kostrbatost ve vyjadřování nebo tzv. grafické čtení.

Petra Schwarzová ve svém příspěvku uveřejněném ve Sborníku příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK z 27. dubna 2009 píše v souvislosti s kultivovaností jazyka na Radiožurnálu o hybridním jazykovém stylu, který podle ní občas proniká do vyjadřovacích prostředků moderátorů nejposlouchanější zpravodajsko-publicistické stanice Českého rozhlasu: *„Je to styl nepřirozený, jelikož v mluveném projevu kombinuje někdy až knižní či hyperkorektní slova a formulace s prvky takzvané lidovými. Dnes jsou za výrazy vhodné čisté pro psaný jazyk považovány kupříkladu i slova „nyní“, „již“ nebo tvary vztažného zájmena jenž.“*³⁸

Především pak redaktoři a moderátoři rozhlasu veřejné služby by měli dbát na kulturu svého mluveného projevu, žádoucí je komunikovat hovorovou češtinou a kultivovaným jazykem, nikoliv obecnou češtinou. Měli by se vyhýbat archaismům a slovům neznámým, neologismům, nezbytná je i korektní výslovnost, tempo řeči, srozumitelnost, přesná dikce, znělost hlasu, jeho správné posazení, správné frázování apod. Nežádoucí je také afektovaná výslovnost, stejně jako výslovnost nedbalá. Moderátoři by měli neustále pracovat s ortoepickými příručkami, které jim mohou napomoci například při výslovnosti problematických cizích vlastních jmen.

Zdena Palková, Jitka Veroňková – Janíková a Barbora Hedvábná ve Sborníku příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK v roce 2003 zmiňují, že právě rozhlasové vysílání zaznamenává od devadesátých let narůst frekvence jazykových chyb ve vyjadřování rozhlasových

³⁸ PALKOVÁ, Zdena – VEROŇKOVÁ – JANÍKOVÁ, Jitka – HEDBÁVNÁ, Barbora. Zvuková podoba rozhlasové češtiny. In *Proměna rozhlasového výrazu a tvaru: Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2003. s. 20 – 39.

pracovníků: „V devadesátých letech byla celková úroveň řeči v rozhlasovém vysílání zřetelně lepší, než úroveň televizních mluvčích. V následujícím období se úroveň obou médií vyrovnala, bohužel směrem k horšímu stavu. Podíl na tom měl nepochybně rozkvět komerčního rozhlasového vysílání.“³⁹

Také podle Josefa Maršíka se ve zpravodajských i publicistických příspěvcích v rozhlasu veřejné služby se při interpretaci sdělení objevují nedostatky. Nejčastěji se podle něj objevují chyby především při nesprávném frázování, artikulaci, nevhodně zvoleném mluvním tempu nebo špatné intonaci: „Rozhlasoví mluvčí nejsou dnes omezováni tak striktními jazykovými normami jako dřív – upřednostňuje se kritérium mluvnosti, přirozenosti a bezprostřednosti hovoru – to ovšem neznamená, že zejména u zpravodajských textů budeme rezignovat na kultivovanost projevu a jejich jazykovou správnost.“⁴⁰ Maršík ve svém příspěvku uveřejněném ve Sborníku příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK z 27. dubna 2009 kritizuje také užívání některých nových módních publicismů, řadí mezi ně například spojení typu „shodit vládu“, „státní kasa“, „ministerský post“.

Na základě sledování publicistických pořadů ve vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, jejichž základní kostru tvoří žánr publicistický rozhovor, však můžeme konstatovat, že jazyk moderátorů je na této stanici – alespoň dle mého soudu – na stále dobré úrovni. Moderátoři se kupříkladu používání nespisovných výrazů v menší míře dopouštějí, nicméně žádný z nich natolik frekventovaně, že bychom to mohli považovat za tristní.

Níže uvedené ukázky ze sledovaných pořadů Radiožurnálu ukazují použití nespisovných – a tedy nestandardních – prvků moderátorů Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu. První je z pořadu Host Radiožurnálu vysílaného 17. 11. 2011, v němž Lucie Výborná zpovídá režiséra a producenta Jana Svěráka, druhá ukázka je z pořadu

³⁹ SCHWARZOVÁ, Petra. Hybridní jazykový styl na ČRo 1. In *Rozhlas veřejné služby: Stojí na rozcestí? Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2009. s. 21 – 22.

⁴⁰ MARŠÍK, Josef. Tendence vývoje (veřejnoprávního) rozhlasového zpravodajství a publicistiky po r. 1990. In *Rozhlas veřejné služby: Stojí na rozcestí? Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2009. s. 14 – 19.

Dvacet minut Radiožurnálu z 23. 8. 2011, který moderovala Štěpánka Čechová. Ukázky rozhovorů jsou přepsány ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

(1)

Svěrák: *Kdyby aspoň dopředu, tak vypadá jako lyžař, kterej jako skokan na lyžích, ale von je dozadu, což je divný.*

Výborná: *To vypadá jako lyžař, **kterýmu** ujely nohy.*

(2)

Čechová: *A procentuálně tedy řekněte mi, kolik vám jich tam skutečně pracuje oproti těm nepřizpůsobivým, my jsme se té odpovědi nějak **vyhli**?*

2.4.2 Řečnické prostředky moderátorů

Podle Světlý Čmejrkové jsou jednou z nejdůležitějších technik moderátora jeho vlastní reformulace, prostřednictvím nichž novinář interviewovanou osobu usměrňuje, zvládá její diskurz a transformuje jej do svých vlastních slov. Zásadní roli při tom hraje výběr klíčových informací, shrnutí předchozí odpovědi, konkretizování odpovědi, ale i vyvozování dalších důsledků (Čmejrková, 2003). K reformulacím moderátoři využívají specifických výrazů. V následujících ukázkách rozhovorů Jana Pokorného s poslancem Markem Bendou a Martina Veselovského s místopředsedkyní vlády Karolínou Peake můžeme ukázat možné podoby moderátorových reformulací:

„Rozumím tomu tak, aniž byste cokoliv řekl a naznačil, že stále jste spíš odpůrcem rozšíření kompetencí nejvyššího kontrolního úřadu na firmy, jako je třeba ČEZ, České dráhy nebo pražský dopravní podnik?“

(Jan Pokorný, Ranní interview, 21. 2. 2012)

„To znamená, že ta informace, kterou zveřejnila MF Dnes, je mylná, nebo lživá?“

(Martin Veselovský, Dvacet minut Radiožurnálu, 26. 3. 2012)

Publicistický rozhovor vyžaduje v rozhlasovém vysílání i specifické řečnické prostředky. Podle Olgy Müllerové je jedním z takových prostředků například záměna slovesných osob. Müllerová píše o následujících variantách: moderátor užívá třetí slovesné osoby místo osoby první, když rozhovor začíná a ukončuje. Mluví o sobě jako o třetí osobě (Müllerová, 2003). Další variantu pak Müllerová uvádí v souvislosti s hostem, kdy moderátor o svém respondentovi ve studiu hovoří ve třetí osobě: „...*vlastně referuje posluchačům, co host říká, co dělá, jak se tváří atp. Užití třetí osoby pro označení přítomného účastníka nelze v této specifické situaci považovat za nezdvořilé.*“⁴¹

K dalším specifickým řečnickým prostředkům moderátorů během probíhajícího rozhlasového interview řadí Olga Müllerová i například situační mikrodialog nebo „okoření“, jak sama autorka zmiňuje, osobní otázkou. V rozhovoru Tomáše Pancíře s novým generálním ředitelem České televize Petrem Dvořákem v pořadu Host Radiožurnálu ze dne 9. 12. 2011 moderátor začíná vést rozhovor právě osobní otázkou, byť je oběma partnerům jasné – a moderátor to ostatně připouští – bude během rozhovoru řeč především o televizi veřejné služby, případně o srovnání s komerční televizí Nova, které Dvořák v minulosti šéfoval. Ukázka rozhovoru je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

Pancíř: *Samozřejmě budeme mluvit o televizi, o srovnání Novy a České televize, o změnách v České televizi, ale přesto na úvod si neodpustím trošku jiné téma, protože když se člověk v posledních dnech koukl na stránky novin, tak vaše jméno tam nebylo v souvislosti s televizí, ale v souvislosti s vaší hudební kariérou, v souvislosti s tím, že hrajete na kytaru v kapele Brumla Boys, a tahle ta kapela, tedy i vy byste měli vystoupit za týden přesně, příští pátek na Pražském hradě na večírku na oslavě 20 let PPF a vašim předskokanem, alespoň pokud budeme věřit tomu, co se objevuje v novinách, by měl být slavný Sting. Uvedete to na pravou míru, je to opravdu tak, budete hrát po Stingovi?*

⁴¹ MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

Dvořák: *Tak je dlouhá, dlouhodobá tradice, že naše skupina, ve které řada lidí dnes ještě je, je členy nebo pracuje ve skupině PPF, takže vystupuje na vánočních večírcích PPF, je to tradice dlouhá, už možná deset let, a my jsme měli řadu zajímavých předskokanů Richardem Müllerem počínaje přes Wanastowi Vjegy, Žlutého psa, Davida Kollera a tak dále. Takže já s tím, že nám předskakuje Sting, jsem spokojen. Je to příjemný předskokan a myslím si, že by to mohlo ještě do budoucna gradovat. Třeba při 30. výročí bychom si dokázali představit třeba Erica Claptona.*

Pancíř: *Právě jsem si říkal, Michael Jackson bohužel už zemřel, tak ten předskokanem Petra Dvořáka nebude. Mimochodem je, co hraje, jaký je styl Brumla Boys. Já když jsem se díval na You Tube, tak nevím, jestli to byl problém iPadu, z kterého jsem se díval, ale nic jsem nenašel, žádnou ukázkou...*

Müllerová k řečnickým protředkům řadí také pokládání tzv. otázek na tělo a ironii: „Moderátorovy ironicky zabarvené výpovědi nebo i pouhá jednotlivá slova doprovázená často úsměvem neberou hosté jako útok, napadání, a patří spíš k prostředkům odlehčujícím, konverzačně zabarveným.“⁴² V rozhovoru Martina Veselovského s předsedou ČSSD Bohuslavem Sobotkou ze dne 26. 4. 2011 a interview Štěpánky Čechové s předsedou strany Věci veřejné Radkem Johnem, odvysílaném taktéž v pořadu Dvacet minut Radiožurnálu 22. 9. 2011, můžeme spatřovat také některé prvky ironie. Ukázka rozhovoru je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu na internetu:

(1)

Veselovský: *Já jsem se na to eso v rukávu ptal zejména proto, že jsem včera četl vyjádření vašeho poslance Vítězslava Jandáka, který říkal: Vláda se bude divit. My máme do Poslanecké sněmovny něco připraveného. Co to je?*

Sobotka: *Tak ještě možná kolega Jandák vystoupí.*

⁴² MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

Veselovský: On má nějaké herecké vystoupení připravené?

(2)

Čechová: To celkem dobře zní od předsedy strany, jehož poslanci si nechávají vyrážet zuby v Blue Lightu a potom komentují na Frekvenci 1 sexuální apetyt další poslankyně.

John: To je idiocie a to se mi vůbec nelíbí. A co se týče zubu, on neútočil, on dostal do úst, ale mnohem horší jsou ti agresori.

Čechová: Nepochybně nezaviněně.

John: No, ne, mnohem horší jsou ti, kteří si uchylují k násilí, to snad se mnou souhlasíte, nebo v rozhlase na poradě vám dá někdo do zubů a vy budete říkat - to jsem si to hezky zasloužila.

Čechová: No, tak v rozhlase na poradě my si do zubů nedáváme, nevím, jaké byly zvyklosti u vás v médiích, ale...

3 Publicistický rozhovor v současném vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu

Následující kapitola se snaží o analýzu vybraných pořadů zpravodajsko-publicistické stanice Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, jejichž půdorys tvoří především publicistický rozhovor – především pak portrétní, komentující, analytický, ve valné většině nikoliv reportážní, neboť téměř všechny jsou realizovány ve studiu, popřípadě prostřednictvím telefonního spojení. Autor této bakalářské diplomové práce se zabývá především metodologií jednotlivých pořadů, zařazuje pořázené rozhovory do typologie rozhlasového rozhovoru, kterou popisuje v předchozích kapitolách, hodnotí roli moderátorů a zabývá se výběrem hostů.

Vzhledem k tomu, že Český rozhlas 1 – Radiožurnál nedisponuje žádným metodologickým materiálem, který by zevrubně popisoval postupy při tvorbě těchto pořadů, zdrojem informací byly autorovi této bakalářské diplomové práce především rozhovory s vedoucím redakce publicistiky Petrem Dudkem, jenž má z dramaturgického hlediska na starosti pořady Dvacet minut Radiožurnálu a Nad věci, dramaturgem redakce kultury a životního stylu Martinem Maškem, který připravuje pořad Host

Radiožurnálu. Zdrojem informací jsou také rozhovory s moderátory jednotlivých pořadů, jejichž plná znění jsou součástí příloh.

3.1 Dvacet minut Radiožurnálu

Dvacet minut Radiožurnálu vysílá Český rozhlas 1 – Radiožurnál každý všední den hned po pětiminutových zprávách v sedmáct hodin, v repríze po pak po půlnoci téhož dne. Pořad, který je často citován jako zdroj informací dalších tištěných i audiovizuálních médií, má stopáž 20 minut – odtud název publicistického pořadu, který navazuje na Dvacet minut Martina Veselovského, vysílaného na Radiožurnálu od září 2006 do konce roku 2007, kdy byl přejmenován. Vedle moderátora Martina Veselovského se moderování ujala také Helena Šulcová, jež Dvacet minut Radiožurnálu moderovala do druhé poloviny roku 2010. V současné době se v moderování střídají Štěpánka Čechová, která rovněž působí na Radiožurnálu jako moderátorka zpráv, a Martin Veselovský, který vedle Dvaceti minut Radiožurnálu moderuje na stejné stanici i rozhlasové diskuse nazvané Speciály Martina Veselovského.

Ve Dvaceti minutách Radiožurnálu vystupují především politici – ministři, jejich náměstci, významní poslanci, ale také vysocí státní úředníci nebo hosté, kteří jsou významní pro aktuální záležitosti. Například v listopadu 2011 přijali do pořadu pozvání celkem 20 hostů, z nichž 8 bylo aktivních politiků; v prosinci téhož roku vystupovalo v pořadu Dvacet minut Radiožurnálu taktéž 20 hostů, 5 z nich bylo politicky aktivních; v lednu 2012 bylo v pořadu realizováno 21 rozhovorů, 8 z nich bylo s politikem, nepočítáme-li interview s kandidátem na post prezidenta České republiky a expremiérem Milošem Zemanem.

Podle Petra Dudka, vedoucího redakce publicistiky na Radiožurnálu, se respondenti z valné většiny neplánují dlouhodobě dopředu, většinou čtyřicet hodin před natáčením pořadu. Moderátoři zpravidla nejeví snahu interviewované osobnosti portrétovat, nýbrž donutit je k osobním stanoviskům k určitým aktuálním událostem. Můžeme tak konstatovat, že v pořadu Dvacet minut Radiožurnálu se v zásadě portrétní rozhovory neobjevují, jde spíše o rozhovory rozborové (analytické) nebo komentující, budeme-li ctít členění rozhlasového rozhovoru dle Josefa Mašika.

O výběru hostů rozhoduje Petr Dudek, šéf publicistiky na Radiožurnálu, společně s moderátory. Rešerše k hostům připravují zpravidla moderátoři, kteří využívají také služeb rešeršního oddělení Českého rozhlasu. Konečný scénář, jehož součástí jsou i konkrétní připravené otázky, pak moderátoři konzultují s Petrem Dudkem těsně před vysláním. Do pořadu se začleňují také dotazy od posluchačů, které jsou zpravidla zasílány prostřednictvím e-mailu nebo sociální sítě Facebook.

Většina rozhovorů je v pořadu vysílána naživo, zhruba třetinu tvoří předtočená interview, která se zpravidla následně nestříhají a nijak nepoupravují. Pořad Dvacet minut Radiožurnálu není prokládán hudebními vložkami, jednotlivé pasáže rozhovoru jsou odděleny jingly, které posluchači napomáhají ke strukturalizaci rozhovoru a slouží mimo jiné i k identifikaci rozhlasové stanice – Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu.

Co se týče role moderátorů, které jsou popsány také v rámci předchozích kapitol, domnívám se, že Martin Veselovský vede rozhovory poněkud analytičtěji, snaží se téma rozebírat více než Štěpánka Čechová. Ztotožňuji se tak se stanoviskem Ondřeje Leinerta, jenž hodnotí ve Sborníku příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK v roce 2009 moderátorské schopnosti Martina Veselovského pozitivně. Podle něj Veselovský moderuje s potřebnou zvědavostí i nadhledem, své hosty „nedusí“, ale i přesto od nich dostává odpovědi, které jeho jako posluchače zajímají (Leinert, 2009).

3.2 Host Radiožurnálu

Pořad Host Radiožurnálu vysílá nejposlouchanější zpravodajsko-publicistická stanice Českého rozhlasu každý den, od pondělí do pátku v poledne od desáté hodiny do jedenácté, o víkendech pak v čase mezi jedenáctou a dvanáctou hodinou. Hlavní moderátorkou Hosta Radiožurnálu v pracovním týdnu je Lucie Výborná, kterou v případě její nepřítomnosti ve studiu zastupují moderátoři odpoledních bloků – Jiří Chum, Petr Král, Tomáš Pancíř, někdy také moderátor Ranního interview Jan Pokorný. Víkendový Host Radiožurnálu moderuje zpravidla Václav Žmolík.

Rozhovory jsou vždy prokládané hudebními vložkami. Z celkové hodinové stopáže pořadu je mluvenému slovu věnováno 25 – 30 minut. Úvod, který většinou obsahuje i první otázku, má stopáž zpravidla do 2,5 minut, po něm pak následují čtyřminutové bloky mluveného slova, které jsou oddělené písničkami. Zařazování hudebních vstupů do mluveného slova, zvláště během rozhovoru, kritizuje ve Sborníku příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK v roce 2003 Josef Maršík i následujícími slovy: „*K tomu se vžila metoda (či spíše manýra, kliše) prokládání rozhovoru hudebními vložkami, rozbíjejícími každou myšlenku a každé setkání se sebezajímavějším člověkem. Připojují se k názoru dr. Běhala, který konstatuje, že vynálezce teorie, že pozornost posluchače klesá po 5 – 7 minutách a musíme ji proto povzbudit hudbou, by upálil jako čarodějníci.*“⁴³

Hosty do pořadu vybírá zejména dramaturg Martin Mašek, který seznam osobností oslovených k interview konzultuje s moderátory. Výběr hostů je – obdobně jako u pořadu Dvacet minut Radiožurnálu – závislý na aktuálním dění, hosty ve studiu jsou často stěžejní aktéři aktuálních či mimořádných nejen kulturních událostí. Od Dvaceti minut Radiožurnálu se ale liší především tím, že v něm vůbec nevystupují aktivní politici. Dramaturgie pořadu volí především „lehčí“ témata k interview, v rozhovorech se až na výjimky neřeší aktuální politická situace. Výběr hostů nicméně dle mého soudu nepůsobí bulvárně či lacině.

Rešerše zhotovují především moderátoři s pomocí rešeršního oddělení Českého rozhlasu. Před vysíláním dramaturg pořadu Martin Mašek také připravuje pro moderátory okruhy otázek a bodový scénář pořadu.

V pořadu Host Radiožurnálu se objevují především portrétní rozhovory, ale také komentující interview, budeme-li vycházet ze členění rozhlasového rozhovoru dle Josefa Maršíka. Většinou jsou rozhovory vysílány naživo, ojedinělé jsou rozhovory předtočené. V případě, že se do vysílání plánuje z nejrůznějších důvodů varianta předtočeného rozhovoru, je následně nastříhán dle dramaturgického konceptu popsaného ve výše zmíněných řádcích tak, aby mohl být proložen hudebními vložkami.

⁴³ MARŠÍK, Josef. Trendy polistopadového vysílání. In *Proměna rozhlasového výrazu a tvaru: Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2003. s. 3 – 6

Co se týká moderátorů - souhrnně můžeme konstatovat, že jazykový projev všech moderátorů je na velmi dobré úrovni, z valné většiny používají spisovný jazyk v mluvené podobě. Obzvláště pozitivně hodnotím moderování Lucie Výborné, jež dle mého soudu disponuje uměním pokládat neotřelé otázky zcela obyčejnými jazykovými prostředky a zároveň v mnoha rozhovorech prokazuje jednu ze stěžejních specifických schopností rozhlasového moderátora, tj. dokáže posluchači pomocí bohatého popisu zprostředkovat pohled na hosty, které ve studiu zpovídá; popisuje, jak se tváří, co mají na sobě apod.

Rudolf Křesťan hodnotí právě moderátorku Lucii Výbornou pozitivně. Podle něj je příkladem tazatele, který ví, o čem mluví a má představu, jakým směrem by se interview mělo vyvíjet: „*Bylo to v květnu 2008, kdy jsem byl na Radiožurnálu hostem Lucie Výborné. Její vedení rozhovoru mělo hlavu a patu. Navíc mě nechávala domluvit započaté myšlenky, což pokládám za zcela základní.*“⁴⁴

3.2 Nad věci

Pořad Nad věci, který vysílá Radiožurnál od triadvaceti hodin do půlnoci, založili v Českém rozhlase v roce 2006 moderátoři Pavlína Wolfová a Martin Veselovský. Od současného pojetí pořadu se tehdy lišil především zvukovou grafikou i obsazením moderátorů. Zatímco v současném vysílání Radiožurnálu předchází živému moderátorovu vstupu univerzální jingle Radiožurnálu, který se používá téměř u všech pořadů nejposlouchanější zpravodajsko-publicistické stanice Českého rozhlasu, do konce roku 2007 měl pořad speciální znělku. Její ukázka je přepsána ze zvukového archivu Českého rozhlasu uveřejněného na internetu: „*Nad věci. Před půlnocí už jsou věci jiné než ve dne. Je možné se různých věcí dotknout a zároveň být nad nimi. Když budete nad věci, můžete i získat.*“

⁴⁴ KŘEŠŤAN, Rudolf. Z opačné židle. In *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 127 – 132.

V prvních letech pořad moderovali Barbora Kroužková, Pavlína Wolfová, Nora Fridrichová a pak také Jana Klusáková a Vladimír Kroc, kteří pořadem provází dodnes, tým posílila i Zuzana Burešová. Moderátoři vybírají hosty do pořadu, o jejich účasti ve studiu vědí zpravidla několik týdnů dopředu, minimálně v týdenním předstihu. Moderátoři rovněž připravují scénář celého pořadu, který většinou nekonzultují s vedoucím redakce publicistiky Petrem Dudkem.

Na základě poslechu vybraných rozhovorů zrealizovaných v počátcích pořadu i v nejbližší době můžeme konstatovat, že pořad Nad věci je z dramaturgického hlediska poněkud volnější a klidnější než kupříkladu Dvacet minut Radiožurnálu. Posluchači i vzhledem k hodině, v jaké se vysílá, neočekávají nejaktuálnější informace z domova a ze světa, ale spíše hodnocení událostí, vyprávění, osobní vyznání hostů. Rozhovory, které můžeme v pořadu zaznamenat, tak můžeme na základě členění rozhlasového rozhovoru dle Josefa Maršíka zařadit spíše ke komentujícím, častokrát portrétním rozhovorům.

Hosty pořadu Nad věci jsou lidé z nejrůznějších oborů kromě aktivních politiků, většinou z uměleckého světa – spisovatelé, hudebníci, herci, režiséři, také žurnalisté, vědci, lékaři nebo cestovatelé. Interview se točí naživo ve studiu, výjimkou jsou předtočené rozhovory. Součástí pořadu jsou totiž dotazy volajících posluchačů.

Rozhovory, které jsou přerušovány hudebními bloky, zpravidla moderátoři nevedou konfrontačně, nemusejí otázky pokládat svým hostům několikrát, aby byli dostatečně spokojeni s odpovědí, jako se tomu děje například v případě rozhovorů v pořadu Dvacet minut Radiožurnálu. Jde spíše o příjemné a klidné rozpravy nad nejrůznějšími tématy. Jazyková úroveň moderátorů je dle mého soudu na vysoké úrovni, lze možná vytknout používání některých výrazů, které mohou být považovány za knižní, na druhé straně však mohou být chápány jako charakteristické a typické komunikační znaky moderátora, jakým je například Jana Klusáková.

Interaktivita s posluchači spočívá v živém zařazování telefonických dotazů posluchačů. Moderátoři v tomto případě prokazují své schopnosti reformulace. Situaci během pokládání otázek volajícího posluchače a odpovídání hosta popisuje z lingvistického hlediska Olga Müllerová následovně: „*Se situací rozhlasového vysílání*

*souvisí i nepřímé oslovování hosta volajícími posluchači. Protože posluchači hosta nevidí a ani nemají příliš jasnou představu o prostředí, ve kterém rozhovor ve studiu probíhá, je pro ně přijatelnější oslovovat hosta nepřímo pomocí třetí osoby. Rovněž nepřímo oslovuje někdy posluchače i host, když odpovídá na jeho otázku.*⁴⁵

3.3 Ranní interview

Ranní interview zprostředkovává svým posluchačům Český rozhlas 1 – Radiožurnál každý všední den v 7.50 a 8.50, o víkendech pak v čase 8.50. Ve valné většině jde o rozhovory pořízené prostřednictvím telefonního spojení, v některých případech jsou interview realizována ve studiu nebo v přenosovém voze. Z hlediska klasifikace rozhlasového rozhovoru můžeme konstatovat, že Ranní interview je na pomezí zpravodajského a publicistického rozhovoru, mísí prvky z obou odvětví žurnalistiky. Jak již bylo v této bakalářské diplomové práci zmíněno, hranice mezi jednotlivými typy rozhlasových rozhovoru je v praxi tenká, to se ostatně týká i pojetí zpravodajství a publicistiky v rozhlasové žurnalistice, které se navzájem propojují. Pokud Ranní interview zařazujeme do skupiny publicistických rozhlasových rozhovorů, můžeme jej klasifikovat především jako rozhovor komentující, budeme-li ctít členění dle Josefa Maršíka.

Rozhovory odvysílané v pořadu Ranní interview jsou na rozdíl od výše zmíněných pořadů krátké, stopáž se pohybuje většinou kolem pěti minut. Vzhledem ke krátké stopáži nejsou interview přerušovaná hudebními vložkami. Často jsou zdrojem informací nejen pro zpravodajské relace Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, ale i pro další tištěná, audiovizuální i elektronická média.

Škála interviewovaných hostů je různorodá – od politiků, odborníků na nejrůznější témata až po sportovce. Hosty do pořadu vybírá zpravidla vedoucí domácí redakce Tomáš Pancíř se svým okruhem spolupracovníků, kteří zajistí hosta, který bude odpovídat na moderátorovy otázky buď prostřednictvím telefonického spojení, nebo ze studia či přenosového vozu, a vytvoří pro moderátora bodový scénář a okruh otázek.

⁴⁵ MÜLLEROVÁ, Olga. Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského povídání. In *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. s.116 – 155.

Hosty nejčastěji zpovídá Jan Pokorný, někdejší šéfredaktor zpravodajsko-publicistické stanice Českého rozhlasu – Radiožurnálu a jistý čas také zahraniční zpravodaj ve Francii, který je hlavním moderátorem Ranního Radiožurnálu. Občas jej v případě nepřítomnosti zastupuje moderátor Petr Král.

Způsob vedení rozhovorů v Ranním interview v podání Jana Pokorného autor této bakalářské diplomové práce hodnotí velmi pozitivně. Pokorný neřídí rozhovory příliš konfrontačně – a pokud ano, tak v jakési mírnější podobě, která má zpravidla své opodstatnění. Rozhovory jsou vedeny bez snahy o lacinou kritičnost či senzaci. Autor této práce pozitivně hodnotí především moderátorův smysl pro ironii a cit pro kultivovaný jazyk. Vytknout lze – stejně jako v případě Jany Klusákové – používání knižních a zastaralých výrazů, které však mají opodstatnění v moderátorově individuálním stylu. Negativně autor této práce hodnotí také občasné používání rysů individuální komunikace. Na druhé straně se autor domnívá, že i rozhlas veřejné služby má disponovat moderátorskými osobnostmi, které přitahují recipienty k poslechu stanice.

Závěr

Cílem této bakalářské diplomové práce bylo nejen charakterizovat publicistický rozhlasový rozhovor z historického, teoretického i metodologického hlediska, ale i porovnat jeho možné podoby v současném rozhlasovém vysílání média veřejné služby. Autor této bakalářské diplomové práce na základě zkoumání pořadů zpravodajsko-publicistické stanice Českého rozhlasu - Radiožurnálu, jejichž dramaturgický půdorys tvoří především publicistický rozhovor, došel k závěru, že v praxi nelze jednoznačně určit typ rozhovoru dle členění například Andrewa Boyda a Josefa Maršíka, která jsou v této práci citována.

Vypracování této bakalářské diplomové práce přispělo autorovi především v získání teoretických poznatků, které mu mohou v praxi pomoci při přípravě i realizační fázi rozhlasového rozhovoru v médiu veřejné služby.

Autor této práce si je ale zároveň vědom, že použití pojmu analýza v případě sledování pořadů Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, tj. Dvacet minut Radiožurnálu, Host Radiožurnálu, Nad věci a Ranní interview nebylo příliš vhodné. Spíše než k pojmu analýza se v souvislosti s třetí kapitolou autor přiklání k termínu popis. Eventuální zevrubná analýza pořadů, která by zkoumala rozhovory z nejrůznějších hledisek a mohla tak odpovídat rozboru, by podle autora mohla být námětem spíše diplomové, nikoli bakalářské práce, která se zmíněnými publicistickým pořady zabývá jen v rámci jedné z kapitol.

Summary

The aim of this thesis was to characterize not only the radio interview from its historical, theoretical and methodological aspects, but also to compare the forms of radio broadcasting in the current media of public service. This thesis is based on research programs and news of station Czech Radio – Radiožurnál whose broadcasting plan consists mainly of journalistic interview. In conclusion, the type of structure such as an interview by Andrew Boyd and Josef Maršík, which is quoted in this work can not be unambiguously determined.

The contribution of this thesis is primarily in the acquisition of theoretical knowledge and it can actually help in the preparation and implementation phase of the radio interview in public service media.

But at the same time the author of this work is aware that the use of the term analysis for monitoring programs of Czech Radio 1 – Radiožurnál – Dvacet minut Radiožurnálu, Host Radiožurnálu, Nad věcí a Ranní interview was not very appropriate. In connection with the third chapter the author prefers the word description rather than analysis . According to the author a thorough analysis of the programs that would examine the interviews from various aspects would rather be a subject for a diploma work, and not for a thesis that covers the mentioned programs in one chapter only.

Použitá literatura

ALLHOFF, Dieter – W. – ALLHOFF, Walter. *Rétorika a komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 200 s. ISBN 978-80-247-2283-2

BOYD, Andrew. *Zpravodajství v rozhlasu a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995. 163s.

ČMEJRKOVÁ, Světlá – HOFFMANNOVÁ, Jana. *Jazyk, média, politika*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. 258 s. ISBN 80-200-1034-3

JEŠUTOVÁ, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu*. 1. vyd. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9

KING, Larry. *Nebojte se mluvit*. 1. vyd. Praha: Ivo Železný, 1996. 138 s. ISBN 80-237-2411-8

KOVÁŘÍK, Vladimír. *Proměny rozhlasové publicistiky: Od počátků Radiojournalu do mnichovského diktátu (1923 – 1938)*. 3.vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1982. s. 239. ISBN 17- 115 - 82.

KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2008. 172 s. ISBN 978-80-246-1578-3

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4.vyd. Praha: Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5

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

MÜLLEROVÁ, Olga – HOFFMANNOVÁ, Jana. *Čeština v dialogu generací*. 1. vyd. Praha: Academia, 2007. 455 s. ISBN 978-80-200-1549-5

NAVRÁTIL, Karel. *Čtrnáct kapitol o rozhlasu*. Praha: Literární akademie, 2006. 98 s. ISBN 80-86877-04-3

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 1.vydání. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2001. 155 s. ISBN 80-2460248-2.

OSVALDOVÁ, Barbora – KOPÁČ, Radim. *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009. 166 s. ISBN 978-80-246-1618-6

POKORNÝ, Milan. *Báječní muži s mikrofonem*. 1.vyd. Praha: Radioservis, a. s., 2008. 223 s. ISBN 978-80-86212-70-8

Rozhlas veřejné služby: Stojí na rozcestí? Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2009.

Proměna rozhlasového výrazu a tvaru: Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2003

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s moderátorem Dvaceti minut Radiožurnálu Martinem Veselovským

Příloha č. 2: Rozhovor s moderátorkou Dvaceti minut Radiožurnálu Štěpánkou Čechovou

Příloha č. 3: Rozhovor s moderátorem Ranního interview Janem Pokorným

Příloha č. 4: Rozhovor s moderátorkou pořadu Nad věci Janou Klusákovou

Příloha č. 5: Rozhovor s moderátorem pořadu Host Radiožurnálu Václavem Žmolíkem

Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor s moderátorem Dvaceti minut Radiožurnálu Martinem Veselovským

Ve sborníku příspěvků ze semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky v dubnu 2009 o vás Ondřej Linhart píše, že na rozdíl od bývalé kolegyně Heleny Šulcové moderujete Dvacet minut Radiožurnálu s potřebnou zvědavostí i nadhledem, své hosty nedusíte, ale i přesto od nich dostáváte odpovědi na otázky, které posluchače zajímají. Jak byste sám charakterizoval váš přístup k hostům, které zpovídáte?

Já jsem zvědavý a potměšilý. Mám dojem, že tahle kombinace vede k tomu, že máte dostatečný tah, díky kterému se dozvíte to, co chcete, i když vám to někdo nechce říct. A speciálně potměšilost zaručuje zejména u politiků v pravou chvíli nedostatek soucitu s jejich momentálně nekomfortní situací. Pak není od věci si z nich s mírným nadhledem udělat legraci – pokud si to svých jednáním zaslouží.

Cítíte právě během rozhovorů s politiky, kteří jsou těmi nejčastějšími hosty Dvacet minut Radiožurnálu, potřebu být tvrdší, radikálnější než při interview s jinými hosty?

Ano, to určitě. Samozřejmě v případě, pokud je to potřeba. Zkušenost říká, že nepolitik vesměs odpovídá na to, na co se ho novinář ptá. Politik se snaží mnohdy odpovědět na to, na co chce odpovídat on. Zní to jako klišé, ale je to tak. Pak je potřeba přitvrdit a pokusit se vrátit daného člověka do reality – on je placen z veřejných peněz a spravuje veřejné statky a do toho patří i skládání účtů.

Dvacet minut Radiožurnálu moderujete už šestým rokem, čtvrtým rokem pak Události, komentáře v České televizi. Na jaká úskalí může podle vás moderátor během rozhovoru nejčastěji narazit? A jak by se podle vás měla předcházet, jde-li to pokaždé vůbec?

Úskalí je mnoho. Od toho, že host při příchodu jasně říká, o čem nemá cenu mluvit, co je marginální a zároveň naznačuje, co je podle něho důležité. Pak se pokusí zapříst přátelský hovor, třeba o dětech – protože po takovém kamarádkém pokecání na vás novinář přece nemůže být tvrdý, přes gestikulaci, vrtění hlavou a zvedání očí v sloup při vašich otázkách nebo rozporování vašich otázek a obracení otázek ze sebe na vás jako novináře, až po telefonáty ze stranických sekretariátů.

Telefonáty ze stranických sekretariátů?

Ano, na jeden nikdy nezapomenu. Po rozhovoru se Zdeňkem Škromachem jsem zvedl zvonící telefon a tam se ozval pan Tvrdík a říká: já a Jiří Paroubek jsme nespokojeni!

Stalo se vám někdy, že jste se během rozhovoru ve studiu ocitl takříkajíc v úzkých?

Do úzkých se dostanu tehdy, pokud nejsem na něco v rozhovoru dostatečně připraven. Pak platí jediné – pryč od tenkého ledu a přitvrdit v přípravě. Mým soukromým pomníkem je rozhovor s bývalým generálním ředitelem Sazky Alešem Hušákem. Z různých důvodů jsem ho podcenil a rozhovor podle toho pak také dopadl.

Jak vlastně vypadá vaše příprava na rozhovor před vysláním Dvaceti minut Radiožurnálu? Děláte si rešerše sám?

Ano, ke Dvaceti minutám Radiožurnálu se připravuji sám, při přípravě na Speciálech Martina Veselovského spolupracujeme s rešeršním oddělením Českého rozhlasu.

Připravujete si konkrétní otázky nebo jen okruhy?

Připravuji si konkrétní otázky. Mám totiž vyzkoušeno, že teprve pak se v klidu pustím do improvizace. Na přípravě spolupracuji s mým nadřízeným a šéfem publicistiky Radiožurnálu Petrem Dudkem.

Vedle Dvaceti minut Radiožurnálu moderujete na Radiožurnálu také Speciály Martina Veselovského. Je pro vás moderování rozhlasové besedy náročnější než zpovídání hostů ve dvacetiminutovém pořadu?

Tady jde o úplně jinou disciplínu. Vedle absolutní přípravy pak musíte korigovat čtyři až pět hostů včetně vesměs našťvaného publika. Je to hodina a půl velice vypjaté atmosféry a nervů, kdy je potřeba se nějak vyrovnat požadavkem, aby debata byla relativně odborná a zároveň zajímavá, zábavná a poslouchatelná i pro nezasvěceného člověka.

Točíte rozhovory jak v rozhlase, tak v televizi. Čím je podle vás specifický právě rozhlasový publicistický rozhovor oproti tomu v televizi?

Rozhlasový je vesměs klidnější. Nepůsobí tam červené světlo rozsvícené na kameře. Nevím, čím to je, ale sem tam jsou v rozhlase respondenti ochotnější mluvit jako normální lidé.

Příloha č. 2: Rozhovor s moderátorkou Dvaceti minut Radiožurnálu Štěpánkou Čechovou

Alena Sojková o vás vloni v Týdeníku Rozhlas napsala, že dokážete politikům, kteří nemají zrovna čisté svědomí, pěkně zatopit. Do jaké míry jsou podle vás vašeho rozhovory ve Dvaceti minutách Radiožurnálu konfrontační?

To záleží hodně na tématu i stylu vystupování konkrétního hosta. Někdo přijde s tím, že chce věci vysvětlit, někdo přijde tak trochu mlčet a někdo se rád naváží do moderátora. Je potřeba reagovat na osobnost hosta, jeho komunikační schopnosti a samozřejmě i naléhavost tématu. Konfrontovat hosta může být cíl, ale ne dogma.

Ve Dvaceti minutách Radiožurnálu se vám zajisté často stává, že především politici se mnohdy vyhýbají některým – pro ně ne zrovna příjemným – otázkám. Jak to nejčastěji řešíte?

Záleží na stylu kličkování, který dotyčný volí. Když při pokusu se z otázky vymluvit poskytuje další jiné zajímavé informace, chytnu se jich, vyptám se na ně a pak se znovu vrátím k původní otázce. Pokud je to evidentní, neohrabané, občas i trochu neomalené pomíjení položeného dotazu, myslím, že je na místě hosta přerušit s tím, že jsem se ptala na něco jiného a otázku zopakovat, zvláště odolným jedincům klidně i třikrát.

Kdy jste si naposledy po natočení pořadu řekla, že jste do toho či onoho politika „šila“ až přespříliš a možná zbytečně? Nastala někdy taková situace z vaší strany?

Pokud jsem do někoho „šila“ – a přiznávám, že to možná někdy mohlo být hodně – nikdy to nebylo zbytečně, alespoň to tak cítím. Přiznám se, že hodně bezvysledné z hlediska získaných informací bylo třeba povídání s Andrejem Babišem. Ale zase to byla velmi zajímavá zkušenost z hlediska toho, jak verbálně nebo informačně je vybaven úspěšný podnikatel z hlediska vstupu do politiky.

Vedle moderování publicistického pořadu Dvacet minut Radiožurnálu působíte na stejné stanici také jako moderátorka zpráv, což není ve světě úplně obvyklé, aby ve

zpravodajství a zároveň publicistice figuroval tentýž moderátor. Má to pro vás nějaké nevýhody?

Myslím, že to má samé výhody a nejen pro mě. Doufám, že posluchač ocení, že mu ob týden přináší zprávy někdo, kdo se kauzami týden následující hlouběji zabývá v publicistice. Snad jsem pro posluchače důkazem, že moderátoři zpráv na Radiožurnálu nejsou žádní „čteči“, ale lidé skutečně sledující dění. Co se týče výhod - pro mě spočívá především v tom, že tenhle systém mi brání v jakémsi opotřebování v jednom nebo druhém. Změna mi dává příjemný pocit, že nezapomínám ani jeden styl práce a „zprávaření“ pro publicistiku příjemně udržuje přehled nejen den po dni, ale doslova hodinu po hodině.

Jak vypadá vaše komunikace s hosty, především politiky před samotným natáčením Dvaceti minut Radiožurnálu? Otázky zřejmě nikdy neprozrazujete, není-liž pravda?

Nikdy nepošlu dotyčnému - třeba na žádost jeho tiskového oddělení - celý scénář. Přirozeně ho informuji o okruzích, které nás budou zajímat. Před studiem pak občas některé otázky i „odtajním“ a to ty, u kterých považuji za důležité třeba znát vývoj posledních minut, osobní názor hosta, který není třeba vždy shodný s tím, co může prezentovat a podobně. Může to hodně napovědět, jak bude dotyčný reagovat on air.

Stalo se vám někdy, že jste se během rozhovoru ve studiu ocitla takříkajíc v úzkých?

Úplně v úzkých jsem se, myslím, necítila nikdy. Asi bych to měla zaklepat na dřevo, nebo tak něco. Na každý rozhovor se připravuji několik hodin. Pokud se tedy i tak stane, že host například hovoří o něčem zcela novém, nepotřebuji ze sebe dělat chytrou – v ten okamžik předpokládám, že je to nové i pro mnoho posluchačů a doptám se na detaily. Může se stát, že se člověk dopustí hloupě znějícího „přeřeku“, pak je na místě se s omluvou okamžitě opravit. Ostatně přiznat chybu, pokud by k ní došlo z mé strany, považuji za nejférovější. I kdyby to byla mezera vědomostní.

Na jaká úskalí může podle vás rozhlasový moderátor během rozhovoru nejčastěji narazit? A jak by se podle vás měla předcházet, jde-li to pokaždé vůbec?

Předcházet pokaždé úplně všemu se jednoznačně nedá a ani to není způsob jak k té práci přistupovat a jak o ní přemýšlet. Dáte tématu poctivou přípravu, máte nějaké zkušenosti a to ostatní je kouzlo a riziko živého vysílání. Je férové k hostům i k moderátorům. Oba mají možnost toho druhého dostat do úzkých, oba mají možnost konstruktivně komunikovat.

Jak vlastně vypadá vaše příprava na rozhovor před vysíláním Dvaceti minut Radiožurnálu? Využíváte archivy?

Většinu věcí si vyhledávám sama na internetu, máme k dispozici i profesionální databázi Newton. Najdu téma a podle potřeby zkoumám věci třeba i několik let zpátky. Prostě sednete a třeba tři, pět hodin čtete, hledáte, skládáte si v hlavě informace, dramaturgickou výstavbu rozhovoru. A pak to vše hodíte na papír.

Připravujete si konkrétní otázky nebo jen okruhy?

Připravuji otázky konkrétní, tak aby bylo panu Dudkovi jasné, kam jimi směřuji, jakým směrem chci rozhovor vést. Ve studiu pak většinou používám jiné, stručnější a přímější formulace, spoustu napsaného vynechám a spoustu, podle reakcí hosta, přidám. Nelze se držet papíru, ale podrobná příprava mi slouží vlastně i jako opakování vědomostí o daném tématu.

Příloha č. 3: Rozhovor s moderátorem Ranního interview Janem Pokorným

Rozhovory vysílané v Ranním interview jsou poměrně krátké, jejich stopáž se pohybuje kolem pěti minut. Jak na ně vypadá vaše příprava? Je podle vás složitější než při delším interview?

Podle mě to je náročnější, určitě. Když točíte pětiminutový tvar, chcete, aby i během těch pěti minut zazněly ty nejdůležitější informace. Musíte proto i respondenta tlačít k poněkud sevřenějším výrazům, kdežto u toho třicetiminutového rozhovoru můžete nejprve nastolit nějakou atmosféru a posléze to hrát téměř jako symfonii, kdy se střídají různé harmonie, rytmy a motivy. Moje příprava na rozhovor spočívá v tom, že se večer podívám do našeho systému iNEWS, ze kterého se dozvím, že mě ráno deset minut před osmou čeká například rozhovor s Miroslavou Němcovou na aktuální politickou situaci, na téma změn v Poslanecké sněmovně. Mám u každého rozhovoru napsáno zhruba pět tematických okruhů, které naznačují, o jakých tématech by měla být řeč. Mě ale nicméně baví takovéto umění třetích a čtvrtých otázek, kdy se na věci doptávám a vyhledám si k tématu něco zajímavého.

Většina rozhovorů je pořizena přes telefon. Jak vlastně vypadá komunikace vás a respondenta před natáčením, když jej nemáte před sebou, ale na telefonní lince?

To bývá někdy to nejzajímavější. Probíhá to tak, že ve tři čtvrtě na osm skončí zpráva, začíná písnička a během ní jsem ve spojení s respondentem. S některým se například jenom pozdravíme, s jiným se třeba vůbec nebavíme, méně mediálně vytrénované respondenty uklidňuji, s některými si třeba vyprávím vtipy.

Například i s politiky?

Nezačínám většinou já, ale samozřejmě i s politiky. Mistrem takovéto komunikace s novináři je Miroslav Kalousek. Ten začne buď sérií několika nevysílatelných výrazů, nebo se na mě rozkřičí kvůli tomu, jaké údajně hlouposti vysíláme v ekonomickém zpravodajství, že bychom toho či onoho ekonomického redaktora měli vyhodit. Tím mě neskutečně pobaví. Stává se často, že ale i vypráví vtipy. On to skutečně s novináři umí,

je dobrý řečník a podle mě je po Miloši Zemanovi a Vlastimilu Tlustém posledním, který v politické reprezentaci drží prapor rétoriky.

Když už jsme u politiků, nedomníváte se, že kupříkladu Radiožurnál málo disponuje archivními zvukovými nahrávkami, prostřednictvím nichž by moderátor mohl posluchači připomenout právě sliby voličům?

Jsem o tom přesvědčen. Je to dílem nedůsledností, lajdáckostí, ledabylostí rozhlasových pracovníků. Redaktory, kteří tyto publicistické tvary připravují, k tomu málokdo tlačí. A samozřejmě člověk je z podstaty líný. Na druhou stranu – a to není omluva – například v politice se to všechno děje natolik překotně, že vám v lepší orientaci nepomůže ani archiv. Politici popírají svá slova hodinu po hodině, ale máte pravdu, že je škoda archivů nevyužívat.

Vaše rozhovory nejsou příliš konfrontační vůči respondentům. Často využíváte ironie, mám pravdu?

Ano. Já nepatřím k těm moderátorům, který by příliš okatě tlačil na pilu a který by měl pocit, že každého respondenta musí hned první otázkou rozsekat na kousičky. Já tak nejsem povahově ustrojený. Mě spíše láká – pokud si už s někým respondentem takříkajíc pohrávám – přijít věcem na kloub jiným způsobem než pomocí agrese, ale právě prostřednictvím například ironie nebo i pomocí nějakého vtipu. Já mám totiž takovou zkušenost, že pokud někomu začnete hned v úvodu pokládat tvrdé otázky, tak se rychle uzavře a už z něj nedostanete ani větu. Samozřejmě jste za hvězdu, ale nic jste se nedozvěděl. Já mám totiž ještě pořád pocit, že mojí hlavní funkcí je být žurnalistou – překladatelem.

V čem je podle vás rozhovor v rozhlase specifický od toho v televizním vysílání?

Já myslím, že specifika rozhlasového rozhovoru vycházejí z rozhlasové práce jako takové. Jako moderátor tam nejste vidět, nemůžete v něm pomocí dalších čtyř kamer posluchači ukázat, jak se respondent tváří například při zodpovídání nepříjemné otázky. Vy se musíte pokusit tyto obrázky nahradit. Na druhou stranu ale rozhlasový rozhovor působí na hosty daleko uvolněněji než například ten v televizi. Když jsme s kolegou

Petrem Nováčkem točili ve dvou zhruba čtyřicetiminutový rozhovor, tak se k nám hosté opravdu rádi vraceli. Užívali si, že nemusejí být v tom saku a kravatě, že se nemuseli prohlížet v monitoru, jestli na voliče působí tím nejlepším dojmem. Zároveň nám ale přiznávali, že důsledkem jejich uvolnění bylo i to, že byli málo obezřetní, a občas z nich vypadlo něco víc než například v nedělních televizních debatách.

Jaká nejhorší situace může podle vás rozhlasového žurnalistu během rozhovoru potkat?

To je těžká otázka. Asi by ho nemělo potkat nic. Rozhovor musí vést člověk s takovou zkušeností – nejen profesní, ale i životní – aby ho nic zkrátka nevykolejilo. Na druhou stranu ale stát se může všechno. Moje noční měra je, že vedu desetiminutový rozhovor a v páté minutě už nevím, jakým směrem rozhovor vést dál.

Stalo se vám to už někdy?

Stalo, ale nikdo to naštěstí nepoznal. Točíte patnáctiminutový rozhovor s někým, kdo není příliš mluvný, máte připraveno pětadvacet otázek a náhle zjistíte, že poslední připravenou otázku pokládáte v prvních pěti minutách rozhovoru. Zachránil mě asi jakýsi pud sebezáchovy. Ten rozhovor si každopádně za rámeček určitě nedám, ale stát se vám to prostě může.

Příloha č. 4: Rozhovor s moderátorkou pořadu Nad věcí Janou Klusákovou

Sama o sobě tvrdíte, že při rozhovorech s hosty pokládáte obyčejné otázky, které mnohdy samotné respondenty zaskočí. Je to z vaší strany záměr, nebo se zkrátka ptáte tak, jak vám to příroda nedělila?

Je to ode mne rafinovaný záměr, vypěstovaný dlouhodobou praxí. Odpovídám trochu žertem, ale posluchači i zpovídání hosté vítají obyčejnost, a mně i posluchačům pomůže leccos se dozvědět.

Zpovídala jste už stovky hostů a v různých pořadech. Míváte i po dlouholeté praxi pocit, že se vám rozhovor nepovedl?

To víte, že se to samozřejmě občas stane. Paradoxně nejčastěji u těch hostů, kteří velmi usilují o účast v rozhlasovém pořadu. Víím to, a přece vždycky tomu naléhání podlehnu. Tihle lidé – a mohou to být vzdělaní odborníci – mívají takovou trému, že z nich musím páčit každé slovo. To je v živém vysílání problém, občas málem tragédie. Snažím se je všemožně uklidnit, ptám se třeba na počasí, v případě žen na děti a postupně to nějak zvládneme. Po takovém vysílání se cítím, jako bych složila tři fůry uhlí.

Jak by zněla vaše rada začínajícímu novináři, aby pořídil kvalitní rozhlasový publicistický rozhovor?

Osvědčeným receptem je pečlivá příprava z několika různých pramenů. Příprava je základ, samotný rozhovor už je - nebo by aspoň měl být - vrcholek ledovce. Člověk nesmí spoléhat na to, že se to nějak okecá. To sice u zkušeného moderátora jde, ale posluchači to spolehlivě poznají.

Jak vypadá po těch letech praxe vaše příprava na rozhovor?

Připravuji si otázky v okruzích, ale rozhovor se často vyvíjí docela jinak - hostovy odpovědi ho vedou jiným směrem a já se tomu nebráním. Žádné konzultanty ani spolupracovníky bohužel nemám. Máme v rozhlase výborně vybavené oddělení dokumentace, to je můj spolehlivý školitel. Pokud mluvím se spisovatelem o jeho nové

knize, přečtu ji a dělám si při tom poznámky. Totéž platí o filmu, o divadelním představení nebo o výstavě.

Řada rozhovorů vám vyšla také v knižní podobě, točíte i pro Třináctou komnatu České televize. V čem je pro vás osobně specifický právě rozhlasový publicistický rozhovor?

Mám ho nejraději, protože se odehrává tady a teď. Můžete v něm využít, co jste před chvílí někde zaslechl nebo co právě přinesly světové agentury - mám před sebou totiž počítač. A ráda mám i kontaktní pořady s telefonickou účastí posluchačů.

Jak moc se podle vás v současné době změnila podoba rozhlasového publicistického rozhovoru v médiu veřejné služby? Je podle vás agresivnější, více konfrontační?

Vím ze zkušenosti, že posluchači nemají agresivní tón rozhovoru rádi, znervózňuje je. Jiná věc je důslednost. Když se na něco zeptám, a host obratně uhýbá a mluví o něčem jiném - především politici jsou k tomu speciálně školeni - vracím se k původní otázce a trvám na odpovědi s tím, že to nezajímá jenom mě.

Existuje vlastně nějaký klíč, podle něhož si vybíráte do svých pořadů hosty? Vybíráte je sama?

Hosty si vybírám sama, pořad mám nějaké v zásobě. Občas vyhovím vedení stanice, ale není to z jejich strany žádný diktát a není to často. Inspirují mě média, novinky ve vědě a v kultuře.

Natočila jste během své dosavadní práce v rozhlase nějaký rozhovor, který vám dokonce života zůstane v paměti?

Někdy se to prostě povede a to je pak radost pro všechny zúčastněné strany. Například s dirigentem Zdeňkem Mácalem hned po jeho návratu z exilu. Opakovaně s režisérem Janem Špátou. S profesorem Janem Starým, přednostou Kliniky dětské hematologie a

onkologie v pražském Motole, se statečnou Jaroslavou Moserovou týden před smrtí a s řadou dalších osobností.

Pokud byste měla nabídnout krátkou definici takového publicistického rozhlasového rozhovoru, jaký vedete vy, jak by taková definice zněla?

Omlouvám se, ale jsem výhradně mediální praktik. Teorii nechávám teoretikům.

Příloha č. 5: Rozhovor s moderátorem pořadu Host Radiožurnálu Václavem Žmolíkem

Co je podle vás nejtěžší na publicistickém rozhlasovém rozhovoru? Myslím tím z pohledu moderátora.

Já nepovažuji nic za nejtěžší, skutečně. Máte v něm kontakt s člověkem, což mě těší. Nachystat se na rozhovor – to je také krásná práce. Nastudujete spoustu zajímavých věcí, byť devadesát procent spadne pod stůl – to je jako s ledovcem u této práce. Většinou si zvete hosty, kteří se umějí vyjadřovat – to je také velká radost. Seznamujete se s řadou zajímavých lidí, od kterých se mnohdy dozvíte neuvěřitelné věci. Nejvíce kouzelné na rozhovoru je to, že vy sice máte nějakou přípravu, která vám naznačuje, jakým směrem se interview bude zhruba odvíjet, ale nakonec to dopadne úplně jinak, než jste předvídal. Zkrátka na rozhlasovém rozhovoru se mi líbí všechno.

Zajisté jste zpovídal i hosty, kteří se sice umějí dobře vyjadřovat, ale mají strach z rozhlasového mikrofonu. Jak přistupovat k takovým respondentům?

To začíná už přivítáním. Respondent musí vidět, že přicházíte s otevřeným hledím, rozzářenýma očima, dáváte mu najevo, že vás zajímá. Můj recept spočívá především v tom, že se snažím navázat kontakt a s tím hostem si povídám i před rozsvícením červeného světélka. Je zřejmě pravda, že člověk po těch letech, co točí rozhovory s nejrůznějšími lidmi, má nějakou metodu, jak dokázat otevřít svého hosta, aniž by si to jakkoliv uvědomoval.

Co dělat, když si s hostem na první pohled nasednete?

To se pochopitelně taky může stát, ale vy to jako profesionální novinář nesmíte dát absolutně najevo. U rozhlasu veřejné služby není navíc podstatné, jestli host sedí nebo neseď panu Žmolíkovi. To může mít nějakou roli v talk-show komerčního média. Na druhé straně může nastat i situace, kdy si s někým příliš sednu. I v tomto případě je potřeba se od toho odmyslet.

Vy jste to už trochu naznačil. Do jaké míry by podle vás měly mít rozhovory v médiu veřejné služby prvky institucionální komunikace a na druhé straně prvky té individuální komunikace?

To je velmi těžká otázka. Na jedné straně se snažíte o objektivní rozhovor, na druhé straně i novinář by měl být osobnost. Někdo má rád rozhovory Lucie Výborná, jiný si s oblibou poslechne rozhovory, které vede Václav Žmolík. To podle mě i k médiu veřejné služby patří. Něco jiného je, když hlavní zpravodajskou relaci v televizi veřejné služby moderuje člověk, který se nechá vyfotografovat, když si sprchuje kalhotky. To mě uráží. Myslím si, že ona hranice je především pocitová a že je dána jakousi dobovou konstelací, společenským územ. A vy to buď ctíte, nebo nikoliv.

V čem spočívá vaše příprava na rozhovor?

Rešerše nám tady na Radiožurnálu dělají kolegové z domácí dokumentace. Musím říci, že jsou velmi šikovní a většinou odvádějí opravdu skvělou práci. Pochopitelně vždy záleží na respondentovi, někdy si musím pročíst stostránkové rešerše, jindy o něco kratší materiály. Častější je ale ta první z variant. U mě to má důsledek, že v poslední době nečtu tolik beletrie. Moje svědomí ale zůstává čisté, protože během týdne jsem při zpracovávání nejrůznějších novinářských žánrů musel přečíst například čtyři knihy. Ať šlo o točení dokumentu, nebo o rozhovor. Myslím si, že čím je lepší příprava, tím lepší rozhovor.

Točil jste rozhovory také pro televizi. Kdybyste měl vyjmenovat specifika rozhlasového rozhovoru, jaká by to byla?

Rozhlasový rozhovor má především tu výhodu, že na vás není vidět. Znamená to, že se můžete více soustředit. Výhodou je také to, že nejrůznější psané materiály máte před sebou, můžete do nich často nahlížet, kdežto v televizi se musíte dívat spíše na hosta. Při rozhlasovém rozhovoru mám pocit větší intimity. I když dnes už to také vlastně není úplně pravda, protože ve studiu máme také kameru.