

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Bakalářská práce**

**2015**

**Veronika Nováková**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Veronika Nováková**

**Jazykové nešvary v současném českém  
interview**

*Bakalářská práce*

Praha 2015

Autor práce: **Veronika Nováková**

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

Rok obhajoby: **2015**

## **Bibliografický záznam**

NOVÁKOVÁ, Veronika. *Jazykové nešvary v současném českém interview*. Praha, 2015. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

## **Aabstrakt**

Bakalářská práce s názvem „Jazykové nešvary v současném českém interview“ se věnuje žánru rozhovor (interview) v té podobě, jakou nám nabízí současná mediální produkce. Práce se zabývá všemi podobami rozhovoru, které se na českém trhu objevují, což znamená nejen produkci novinovou, časopiseckou, internetovou, televizní a rádiovou, ale také napříč žánry těchto médií. Do kontrastu je zde tedy také postaveno jak rozhovor vedou seriózní média a jak ta bulvárnější.

Cílem práce je najít nejčastěji opakované chyby, kterých se novináři dopouštějí v celém procesu tvorby rozhovoru, tedy od samotné přípravy až po zpracování materiálu.

## **Abstract**

The bachelor thesis „Language mistakes that czech journalists makes in a present interview“ is dedicated to journalistic genre interview in a form that presents contemporary Czech media. The thesis deals with all forms of interview that appears on the contemporary Czech media market. That means not only newspaper, magazine, internet, television and radio production, but also across genres of this medias. In a contrast there stands how the interview is done by serious medias and by the tabloid ones.

The purpose of this work is to find the most often repeated mistakes that contemporary journalists do in a whole creative process of interview.

## **Klíčová slova**

interview, rozhovor, média, novinář, komunikace, český jazyk, noviny, rádio, televize, talkshow

## **Keywords**

interview, medias, journalist, communication, Czech language, newspapers, radio, television, talkshow

## **Rozsah práce**

90 782 znaků

## Prohlášení

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

V Praze dne ...

Veronika Nováková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce, PhDr. Otakaru Šoltysovi, CSc. Dále je na místě poděkovat mé rodině, která mě celý život ve všem podporuje. Velký dík patří také rodině Hermanů, která mě poslední roky vychovává jak po profesní stránce, tak po té lidské.

# Obsah

<b>PROHLÁŠENÍ</b> .....	<b>7</b>
<b>OBSAH</b> .....	<b>9</b>
<b>ÚVOD</b> .....	<b>11</b>
<b>1. O ROZHOVORU OBECNĚ</b> .....	<b>13</b>
1.1 VYMEZENÍ POJMU .....	13
1.1.1 Interview vs rozhovor .....	13
1.1.2 Definice .....	13
1.1.3 Vědní disciplíny .....	13
1.2 KLASIFIKACE ROZHOVORU.....	14
1.3 SPECIFIKA ROZHOVORU.....	15
1.3.1 Psychologie .....	15
1.3.2 Off record.....	16
<b>2. ROZHOVOR DŘÍVE</b> .....	<b>17</b>
2.1 HISTORIE.....	17
2.2 PŘÍPRAVA NOVINÁŘE .....	18
2.3 PRŮBĚH ROZHOVORU .....	18
2.3 AUTORIZACE.....	19
<b>3. ROZHOVOR NYNÍ</b> .....	<b>19</b>
3.1 SERIÓZNÍ VS. BULVÁRNÍ MÉDIA; EXISTUJÍ JEŠTĚ SERIÓZNÍ MÉDIA?.....	19
3.2 ROZHOVOR V NOVINÁCH.....	20
3.3 ROZHOVOR V ČASOPISECH .....	21
3.4 TELEVIZNÍ ROZHOVOR .....	21
3.5 ROZHOVOR V RÁDIU.....	22
3.6 ROZHOVOR NA INTERNETU.....	22
<b>4. POJMENOVÁNÍ CHYB</b> .....	<b>23</b>
4.1 „SKÁKÁNÍ“ DO ŘEČI.....	23
4.2 PŘÍPRAVA.....	25
4.3 PŘÁTELSTVÍ/NEPŘÁTELSTVÍ SE ZPOVÍDANÝM .....	27
4.4 ŠPATNÉ OTÁZKY .....	27
4.4.1 První otázka.....	27
4.4.2 Nepříjemné otázky.....	28
4.4.3 Veselovský vs. Novotný.....	29
4.4.4 Neoriginální otázky.....	30
4.4.5 Více otázek najednou.....	33
4.4.6 Formulace otázky.....	33
4.4.7 Z tématu na téma .....	33
4.4.8 Rozhovor není dotazník .....	33
4.5 SEBEPREZENTACE .....	35
4.6 MANIPULACE ZE STRANY NOVINÁŘE.....	36
4.6.1 Výběr osobnosti .....	36
4.6.2 Position making.....	36
4.6.3 Manipulace správnými otázkami .....	42
4.6.4 Manipulace úpravou hrubého materiálu.....	42
4.6.5 Manipulace kontextem.....	43
4.7 JAZYKOVÉ „NEŠVARY“.....	44
4.7.1 Kliše.....	44
4.7.2 Floskule .....	45
4.7.4 Konverzacionalizace .....	47
4.7.5 Vliv médií na český jazyk a společnost .....	49
<b>5. DŮSLEDKY, KTERÉ Z CHYB PLYNOU</b> .....	<b>51</b>



<b>6. OBECNÉ ZÁVĚRY</b> .....	<b>52</b>
<b>7. ZÁVĚR</b> .....	<b>53</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>54</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	<b>56</b>

## Úvod

„Tázání se je zbožnost myšlení!“

Martin Heidegger

Ve své bakalářské práci „*Jazykové nešvary v současném českém interview*“ se budu věnovat žurnalistickému žánru rozhovor, konkrétně chybám, kterých se novináři během vedení rozhovoru a následného zpracování materiálu dopouští. Poukazuji zde tedy nejen na chyby jazykové, ale také na chyby komunikace, na způsob vedení samotného rozhovoru.

K volbě tohoto tématu mne vedlo několik důvodů. Téma mi přijde aktuální, protože s různými formami rozhovoru se člověk setkává denně, aniž by si to uvědomoval. Zajímalo mě proto, jak si na tom současný rozhovor stojí po stránce kvality, když už víme, že kvantitativně, tedy co se týká jeho četnosti v mediálních výstupech, na tom špatně vůbec není. Téma mne zajímá také z toho důvodu, že já sama ve své práci s rozhovorem pracuji a chci se v této činnosti stále zlepšovat.

Na tento žánr nahlédnu také po psychologické stránce, protože velmi úzce souvisí s komunikací a s mezilidskými vztahy a patří mezi nejpřirozenější metody psychologie osobnosti. K tomu mi posloužily knihy nakladatelství Grada, které vysvětlují základní komunikační pravidla a edukativním způsobem prezentují, jak ideálně působit na své komunikační partnery.

Zajímají mě proměny rozhovoru napříč časem, formami a také žánry. Můžeme jej dnes najít v televizi, v rádiu, v novinách i na internetu, a to jak ve formě textu, tak zvukové stopy nebo videa. Pokud bych se ale jako novinářka měla přesunout o století nazpátek, pravděpodobně by celé interview probíhalo úplně jinak a některé postupy by mě zaskočily. Proto jsem se ve své práci rozhodla věnovat prostor také tomu, jak tento specifický žánr vypadal v minulosti. Skvěle mi v této části práce posloužila kniha *Umění interviewu* autorů Karla Štorkána a Milana Baumana, vydaná v roce 1973, která byla ve své době velmi aktuální a jistě také užitečná. Některé metody a názory v ní prezentované jsou pro dnešní dobu nepoužitelné, jako náhled do minulosti tohoto novinářského žánru ale kniha splnila svůj účel.

Dotknu se také otázky, zda existuje kvalitativní rozdíl mezi rozhovorem pro takzvaně seriózní médium a pro médium takzvaně bulvární. Zde vycházím hlavně z vlastní zkušenosti a prezentuji zde především své vlastní názory.

V praktické části své bakalářské práce jsem vyzdvihla „nešvary“, tedy chyby, které se ve vedení rozhovorů opakují a na které bych chtěla upozornit. Svá tvrzení jsem podpořila relevantními příklady ze současných mediálních výstupů. V rámci své rešerše jsem prošla na čtyři sta aktuálních a typově různých rozhovorů, vycházela jsem také z vlastních zkušeností a z kvalitní literatury. Beru samozřejmě v potaz specifika mluveného a psaného projevu. Opírám se v této části práce o knihu *Rozhovory o interviewu*, kde se k aktuálním „nešvarům“ vyjadřují současní čeští novináři, a o knihy kolektivu Světly Čmejrkové, Jany Hoffmannové a Olgy Müllerové. Nápomocná mi byla také kniha *Stylistika a...* autorky Jany Hoffmannové, která detailněji zkoumá určité specifické fenomény. Díky ní jsem mohla některé problémy prostudovat do větší hloubky a podat o nich ve své práci komplexnější zprávu.

Detailněji se věnuji rozhovorům z poslední doby, které mne zaujaly. Jedná se o několik dílů talkshow Jana Krause a o rozhovor novináře Martina Veselovského s Pavlem Novotným na internetové televizi DVTV. Prezentuji zde vlastní názory, podpořené uvedenými postupy v interview, které se obecně pokládají za chybové. V případě Jana Krause jsem použila také názory veřejně publikované na relevantních webových stránkách.

V závěru práce bilancuji, pokouším se shrnout stav současné české mediální produkce a zároveň pochopit důvody, proč k její změně došlo a stále dochází. Zabývám se zde detailněji konverzacionalizací, problematikou současného spisovného jazyka v médiích a vlivem médií na český jazyk a společnost. Své názory dokládám citacemi z relevantních zdrojů, v této části to byly především autorky Iva Nebeská a Bohumila Junková.

Práce je uzavřena kvantitativní analýzou, tedy konečným procentuálním vyčíslením chybovosti v mnou zkoumaných rozhovorech, dle parametrů detailněji popsanych v praktické části mé bakalářské práce.

# 1. O rozhovoru obecně

## 1.1 Vymezení pojmu

### 1.1.1 Interview vs rozhovor

Rozhovoru se často říká **interview**. Původ je z francouzského slova *entrevoir*, přeneseného do anglického *inter* a *view*. V překladu tedy *schůzka* nebo *rozhovor*. Přesných definic je více. Liší se dokonce i pohled na to, zda je rozhovor a interview skutečně totéž.

**Interview** je považováno za formálnější žánr. Otázky jsou zpovídané osobě známy předem a tazatel bývá upozadněn. Během **rozhovoru** jsou si naopak osoby rovnocennější a vystoupení bývá více bezprostřední.

### 1.1.2 Definice

*Nový slovník cizích slov pro 21. století* uvádí definici interview dvojí. První: „v žurnalistice a sociologii metoda získávání informací prostřednictvím rozhovoru“, druhá: „publicistický žánr, ve kterém je novinář v roli tazatele a určuje témata a otázky“<sup>1</sup> *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace* uvádí tři charakteristiky. Může to být „žurnalistická metoda, jak získat informace, i samostatný, v médiích uplatňovaný druh; dialog otázek a odpovědí, v němž partneři na rozdíl od diskuze mají jasně stanované role tazatele a odpovídajícího.“ nebo „V televizi žánr spadající jak do zpravodajství, tak do publicistiky, může být tzv. live, tj. naživo, nebo předem natočený a sestříhaný.“<sup>2</sup> Jako třetí možnost hovoří Encyklopedie o rozhovoru rozhlasovém, který „patří k nejméně frekventovanějším žánrům současné rozhlasové publicistiky“ a má své specifické znaky, kterými se liší od své tištěné a televizní verze. Podle Schneidera (1982, s. 120)<sup>3</sup> je **cílenou výměnou otázek a odpovědí**.

### 1.1.3 Vědní disciplíny

Rozhovorem a to nejen v podobě publicistického žánru ale dialogem a komunikací obecně se zabývá **konverzační analýza**. Vyvinula se z americké sociologie a

<sup>1</sup> Nový slovník cizích slov pro 21. století, s. 156

<sup>2</sup> Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace, s. 93

<sup>3</sup> Rozhovory o interview, s. 71

etnometodologie, zakládajícími osobnostmi byli H. Sacks, E. Schegloff a G. Jeffersonová ( viz. Stylistika a..., 50, 51 s.).

*„Předmětem zájmu konverzačního analytika jsou často krátké, zdánlivě všední a nenápadné úryvky rozhovorů; podrobnou interpretací jsou z nich však získávány velmi zajímavé závěry.“<sup>4</sup>*

S rozhovorem pracuje také **metoda analýzy diskurzu**, která s rozбором jazykového sdělení propojuje vědy jako je antropologie, psychologie, sémiotika nebo mikrosociologie.

*„Společným rysem všech zainteresovaných disciplín je zájem o řeč, komunikaci, text a cílem metody je vyložit konkrétní text, jak fungoval a funguje a jaké významové rysy nese.“<sup>5</sup>*

Tuto metodu je možné aplikovat právě na rozhovory nebo na masová média obecně, a dá se říci, že metoda dále rozpracovává **kvalitativní obsahovou analýzu**.

Vědním oborem, který se rozhovorem také zabývá, je **sociální komunikace**.

*„Na jedné straně je komunikace chápána jako proces, v jehož rámci se sdělují či vyměňují informace (viz. Teorie komunikace), na druhé straně je komunikace brána jako typ interakce (ovlivňování).“<sup>6</sup>* Podle počtu a vztahu jejích účastníků má sociální komunikace několik rovin – intrapersonální, interpersonální a veřejnou.

## 1.2 Klasifikace rozhovoru

Žurnalistický rozhovor můžeme **členit** různými způsoby:

Základní formy dle *Praktické encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace* jsou: čistý dialog, monologický rozhovor s vypuštěním otázek, rozprava, autointerview, nepravé interview a mnohé další.

Základní členění podle Václava Moravce (*Rozhovory o interview*, s. 70 – 72) dělí rozhovor na **zpravodajský** a **publicistický**.

Boyd (1995, s. 73 – 81) mluví o třech základních typech: **informační**, **analytický**, **emocionální** (portrétování významných osobností). Ty můžeme rozvinout do dalších: investigativní, konfrontační, interpretační a emocionální.

Členění dle Maršíka (1999, s. 27) má rozhovory **reportážní**, **portrétní**, **komentující** a **rozborový**.

<sup>4</sup> Stylistika a..., s. 50

<sup>5</sup> Jazyk ve společenském kontextu, s. 80

<sup>6</sup> Jazyk ve společenském kontextu, s. 71

Rozhovor má také různé formy, ve kterých se v médiích objevuje. Může být **rozhlasový, televizní, psaný** nebo **internetový (on-line)**.

**Psaný text** lze ponechat ve formě otázek a odpovědí nebo z rozhovoru vystavět článek, obsahující pouze přímé řeči nikoli otázky. Obecně se uvádí, že pro pohodlí čtenáře je jednodušší forma rozhovoru **otázka – odpověď**, zmizí nám z něj ale určitý přesah.

Rozhovory „**článekového charakteru**“ jsou speciální právě příběhem, myšlenkou, a dá se tedy říci i reportážností, článkovitostí.

To ostatně souvisí s faktem, že rozhovor lze brát jako **samostatný žánr**, dá se na něj ale pohlížet pouze jako na **součást rešerše** k nějaké větší práci (reportáž, kniha, článek) .

Problémem naší doby je, že lidé mají v médiích **raději dialog**, protože skrze něj informace lépe vstřebávají:

*„David Silverman (1993) nazval společnost, v níž dnes žijeme, společností interview (the interview society). ... Původním smyslem interview bylo získat nějakou informaci od institucí nebo jednotlivců, zatímco později se smyslem interview, rozhovoru nebo besedy stává především sociální setkání mající rituální charakter, který zasahuje i publikum. Ne náhodou získaly pořady založené na rozhovoru moderátorů s hosty, aby se vyjádřilo křížení jejich informační hodnoty s jejich funkcí zábavnou, nálepky infotainment, confrotainment, emotainment, apod.“<sup>7</sup>*

## 1.3 Specifika rozhovoru

### 1.3.1 Psychologie

Psycholog Pavel Říčan tvrdí, že rozhovor je nejpřirozenější **psychologickou metodou** psychologie osobnosti (*Psychologie osobnosti*, str. 33). Odborníci se tedy nemylí, když tvrdí, že rozhovor se dá zařadit do kategorie **psychologie** a **sociologie**. Pavel Říčan nicméně ve své knize **varuje před neobjektivností** a manipulovatelností rozhovoru, otvírá tedy téma, ke kterému se ve své práci budu stále vracet.

*„Psycholog se nedokáže chovat k různým lidem naprosto stejně, .... Různí lidé se k němu také nechovají stejně .... Tak se do rozhovoru dostává mnoho subjektivního a těžko kontrolovatelného. Subjektivní je i záznam, který si psycholog o rozhovoru udělá.“<sup>8</sup>*

Říčan ale dodává, že subjektivitě a tedy možné neobjektivitě rozhovoru je možné nejlépe čelit tím, že tazatel začne s prevencí sám u sebe. Tazatel podle něj nejprve musí

<sup>7</sup> Mluvená čeština, s. 285

<sup>8</sup> Psychologie osobnosti, s. 33

**znát své vlastní reakce** a své sklony k „**nežádoucím**“ **reakcím**, které by mohly rozhovor jakkoli ovlivnit.

Rozhovor je primárně o dialogu, o interakci dvou lidí, a podstatná je zde **komunikace**. Záleží na tom, jaký rozhovor vlastně povedu, s kým, pro které médium a pro jaké publikum. Tyto okolnosti je třeba brát v potaz a vhodně se jim **přizpůsobit**. Novináři potom „hraje do karet“ prostředí, atmosféra, denní doba, správně zvolené oblečení, a z velké části právě zmíněná znalost komunikačních a psychologických technik.

*„Komunikací se zabýval již Platónův dialog Kratylos. Podle něho je řeč činnost. Jestliže se jiným činností mohu vyučít jako řemeslu, pak dovednosti kultivovaně a smysluplně se vyjadřovat se mohu naučit velice podobně. Dobře pronesená promluva nebo cíleně vedený rozhovor je účelné jednání slovem, je to práce, služba, zboží – jak chcete.“<sup>9</sup>*

Obecně by se dalo konstatovat, že nedílnou součástí dobrého rozhovoru je schopnost vcítění se do naší osobnosti, vidění celé situace jejíma očima, tedy **empatie novináře**.

*„Ta je otevřenou branou k pochopení toho, co je skryto pod povrchem komunikace, protože za pocity a emocemi se skrývají potřeby, zájmy, tužby a hodnoty lidí, se kterými hovoříme.“<sup>10</sup>*

Pravidlem také je, že novinář **přizpůsobuje komunikační úspěšnosti** (viz. *Jazyk, norma, spisovnost, str. 103*) jazyk, kterým se svým zpovídaným hovoří. Stranou jde **spisovnost** a novinář soustředí veškerou svoji pozornost na cíl. Odhaduje, který komunikační prostředek (verbální i neverbální) na partnera funkčně zapůsobí. Střídání kódů přirozeně patří k intuitivnímu hledání způsobu, jakým hovořit s novým komunikačním partnerem a **úspěšnost podmiňuje**. Ta zde nestojí na morálních pravidlech, proto se za úspěšnou dá považovat i manipulativní komunikace nebo taková, která partnera oklame.

Rozhodující je, zda splnila svůj **zamýšlený účel** (viz. *Jazyk a komunikace, str. 122, 123*).

### 1.3.2 Off record

Že je důležitá důvěra zpovídaného k novináři, vyplývá z předchozího odstavce. Rozhovor tedy novinář nevede od okamžiku zapnutí diktafonu, rozhovor začíná **vzájemnou důvěrou** a navázáním nějakého vztahu.

<sup>9</sup> Umění dialogu, s.11

<sup>10</sup> Komunikace a prezentace, s. 119

*„Partneři rozhovoru musejí mít neustále pocit, že se s nimi hraje ‚fair play‘, že nejsou zneužíváni nebo podváděni. Je to i vzájemná korektnost a slušnost. Oba se na chvíli stávají obchodníky – jeden prodává, druhý kupuje.“<sup>11</sup>*

Pokud se zpovídaný rozhodne svěřit novináři nějakou **důvěrnější informaci** a nechce, aby se o ní novinář veřejně jakkoli zmiňoval, udělá to „off record“, tedy mimo nahrávku. Novinář je potom morálně zavázán toto tajemství nevyzradit, třebaže to žádný reálný zákon nešetřuje. Jedná se o **etické pravidlo**, které se mezi slušnými novináři dodržuje. Informace nemůže být zařazena do původního interview. Pokud se o ní novinář rozhodne dále psát, může to udělat s tím, že **nevyzradí svůj zdroj**.

## 2. Rozhovor dříve

### 2.1 Historie

Protože je rozhovor, tedy dialog mezi lidmi, tou nejpřirozenější disciplínou, kořeny tohoto žánru sahají hluboko. Užíval jej už **Homér** v básních „Ilias“ a „Odyssea“ nebo **Sokrates** ve svých rozhovorech z denního života. Na něj potom navázal jeho žák **Platón** a techniku ještě zdokonalil. To však byli teprve prapředci rozhovoru, jak jej známe dnes.

Rozhovor se - paradoxně - jako nejmladší žurnalistický žánr vyvinul **v USA roku 1835** z reportáže. Policista přispívající do New Yorkských novin Herald tehdy pro větší „živost“ svého textu vedl s obžalovaným rozhovor. O rok později se měl rozhovor zrodit oficiálně, když díky němu během procesu s vrahem korunní svědkyně detailně líčila všechny detaily vraždy.

Pro čtenáře to byl zajímavý žánr pro svoji autentičnost. Z počátku ale nebyl považován za seriózní a **našel uplatnění v bulváru**, třebaže velmi brzo z rozhovorů s kriminálníky přešel k rozhovorům s politiky a s herečkami. Souviselo to ale spíše se špatným společenským postavením samotného novináře, který mezi politiky nebyl vítán, než s žánrem rozhovoru jako takovým.

Později se skrze tuto formu snažili novináři **vzdělávat veřejnost** (v 18. stol. Václav Matěj Kramérius uveřejnil první rozhovor v našich zemích) a do novin umísťovali fiktivní diskuze sousedů vesničanů s místní intelektuální autoritou (farář, učitel) nad aktuálními problémy.

---

<sup>11</sup> Umění interviewu, s. 62



## 2.2 Příprava novináře

Příprava novináře na rozhovor ještě před nástupem techniky probíhala jinak. Novinář si snažil zjistit o „své“ osobnosti úplně všechno. Vyjímkou nebylo ani to, že novinář na chvíli se zpovídanou osobou žil, aby **pochopil její denní rytmus** a životní styl.

Dnes probíhá příprava na rozhovor mnohem **rychleji a pohodlněji**, což nám umožňuje hlavně **technika**. Když si v minulosti novinář chtěl projít starší rozhovory, musel zdloouvě hledat v archivu. Dnes stačí do internetového vyhledávače zadat jméno a starší rozhovory se samy objeví.

Na jednu stranu přináší tyto technologie obrovské pohodlí a šetří čas, na stranu druhou ale novináři leniví příliš. Mnohdy jsou dokonce líní zadat jméno osobnosti do vyhledávače a **přípravu tedy úplně vynechávají**.

## 2.3 Průběh rozhovoru

Největší změnou prošel rozhovor s nástupem lepší **záznamové techniky zvuku**. Do té doby novinář musel pečlivě poslouchat a snažit se zapamatovat si co možná nejvíce informací, případně si dělat poznámky. Během vedení rozhovoru je však prakticky nemožné současně dávat pozor, vnímat svého interviewovaného a správně reagovat, zároveň si slovo od slova **zapisovat na papír jeho odpovědi**. Víme, že důležitý je oční kontakt, který by v této situaci byl vyloučen.

**Diktafony** tedy novinářům přinesly velké usnadnění práce, její zpřesnění a menší faktografickou chybovost, ale jejich pozitivní hodnota byla opět relativní – ulehčily práci, na druhou stranu ale přispěly k rozvoji velkého „nešvaru“. Novinář teď klade otázky a má dostatek času buď poslouchat odpověď nebo „lelkovat“ a přemýšlet nad vlastními záležitostmi. Záznam navíc potom jen **mechanicky přepíše** a text tak může postrádat esprit.

Technika tedy „... *deklasovala interview v mnoha případech na strohý záznam otázek a odpovědí, svou výrazovou šablonovitostí spíše odpovídající sluchovému vnímání než vnímání optickému.*“<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Umění interviewu, s. 140

## 2.3 Autorizace

Má-li novinář k dispozici pouze papír a tužku a dělá-li například rozhovor s významným vědcem, nemusí úplně všem problematikám, o kterých osobnost hovoří, rozumět. Autorizace tedy byla v době „před diktafony“ téměř **nezbytností** a osobnost tak dostala šanci provést věcnou **korekci svých odpovědí a faktografie** v tomto textu. Už v té době ale některým novinářům vadilo, že interviewovaný díky tomu může zpětně nakládat s hotovým textem a **kazít tak jeho původní záměr**. Autorizace vlastně dává zpovídanému šanci **vzít některá slova zpět** a z textu se vytratí ona **spontánnost** plynulého vyprávění. Nehledě na původně přiznaná důležitá fakta, kterých teď zpovídaný může zalitovat a znovu je „**zamést pod koberec**“.

V současné době se tak v mnoha redakcích už **od autorizace zcela upustilo**. Z vlastní zkušenosti vím, že v bulvárních redakcích se zpovídanému možnost autorizace textu připouští skutečně zřídka, **ve vyjimečných případech**. Využívá se toho, že záznam hostových odpovědí je na diktafonu a slouží jako určitá právní jistota novináře, tedy důkaz.

*„Přímá řeč ... dodává informaci na věrohodnosti. Pro publicistu je výhodné, že se může snadno od informace, s níž nesouhlasí, distancovat, protože autorem myšlenky je někdo jiný.“<sup>13</sup>*

## 3. Rozhovor nyní

### 3. 1 **Seriózní vs. bulvární média; existují ještě seriózní média?**

Původně jsem ve své práci chtěla porovnávat rozhovory v bulvárních médiích s těmi v médiích seriózních. Podíváme-li se ale na české média obecně, bulvarizace jimi už prostupuje natolik, že hranice mezi serióznem a bulvárností už takřka **neexistuje**. Jako příklad bych si vzala výstupy z galavečerů typu Zlatý Slavík nebo Ceny TýTý. Média tyto události řadí do svých kulturních rubrik a umělcům ve svých rozhovorech kladou veskrze velmi podobné, ne-li dokonce **totožné otázky**. Když potom vidím výstup například v Mladé frontě, nijak se kvalitou neliší od výstupu v deníku Blesk. V rozhovorech se s umělci probírají aktuální pocity po převzetí ceny, průběh večera, kdo s kým přišel, oblečení a šperky.

<sup>13</sup> Jazyková dynamika současné publicistiky, s. 107

Mám-li srovnávat **kvalitu otázek** od bulvárního novináře s otázkami od toho „seriózního“, mnohdy jsou na tom velmi podobně. Ano, vždy se dá najít extrém, tedy extrémně špatný rozhovor nebo extrémně dobrý. Bavíme-li se ale o průměrném novináři, který klade otázky zpovídánému, **budou se lišit pouze obsahem a směrováním rozhovoru**. Výstup pro bulvární titul si žádá otázky směřované víc do soukromí osobnosti a výstup pro serózní titul půjde víc po umělcově pracovní stránce. Nemyslím si ale, že by se jeden nebo druhý ptali hůř. Ptají se pouze na jiné věci. Navíc „nešvary“, které v jejich vedení rozhovoru jsou, **procházejí médii napříč**. Právě těm se budu věnovat v nejobsáhlejší části své práce.

K tomu je třeba brát v potaz, že i seriózní média se řídí poptávkou a snaží se psát o tom, co lidé chtějí číst. Pokud jejich noviny nebudou čteny, neprodají se a zaniknou, a jejich majitelé se mohou sebevíc „bít v prsa“, jak kvalitní nebulvární témata nabízejí.

Z rešerše, kterou jsem si udělala v rámci přípravy mi vyplývá, že **nejsou dobrá a špatná média**, tedy bulvární a nebulvární. Jsou jen **dobří a špatní novináři**, kteří v těchto médiích pracují. A nemyslím si, že by to, že píšou o lifestyleových tématech mělo vliv na kvalitu jejich práce. I v bulvárním plátku se dá najít dobrý novinář a i v seriózních novinách novinář špatný. Právě **lidé** přeci tvoří celkovou tvář svého média, ne jeho zaměření.

### **3.2 Rozhovor v novinách**

V tištěných novinách se s rozhovorem setkáváme často. Většinou se v nich **odborníci** svého oboru **vyjadřují k aktuálním tématům** a upřesňují tak články, které o události vyšly. Otázky i odpovědi bývají jasné s přesnými pojmenováními a pokud jsou rozhovory **čistě informativní**, není v nich konfrontační náboj. Na stránkách věnovaných kultuře bývají zpravidla rozhovory delší a s umělci zde novináři probírají jejich aktuální počiny.

Čeština novináře bývá zpravidla **spisovná** a ani v prepisech odpovědí se s obecnou češtinou příliš nesetkáváme. Souvisí to s rozdílem mezi psaným a mluveným projevem, tedy mezi **psaností a mluveností**. Zatímco v mluvené řeči je tolerována jistá míra jazykové improvizace a spontánnosti, v důsledku tedy i nespisovnosti, psaný projev je považován za **nositele spisovnosti** a spisovnost za závaznou. Četba beletrie navíc toto sejetí jen posiluje (Jazyk, norma a spisovnost, str. 127). Iva Nebeská píše o

*„divergentních tendencích mezi psaností a mluveností, formálností a neformálností a v neposlední řadě mezi spisovností a nespisovností.“<sup>14</sup>*

Nebeská si myslí, že rozdíly mezi spisovností a nespisovností ve vztahu k mluvenosti a psanosti by se měly brát na zřetel a žádný z těchto jevů by neměl převažovat nebo být potlačován (Jazyk, norma a spisovnost, str. 115).

Rozhovor se zde užívá se záměrem **informovat čtenáře** skrze zainteresovanou osobu. Pokud má periodikum svoji internetovou verzi, do printu zpravidla jde **celý rozhovor** a na internet se umístí jeho zkrácená verze.

### **3.3 Rozhovor v časopisech**

Do časopisů se rozhovory zařazují ve velké míře a mívají **větší rozsah** než v novinách. Většinou pokrývají od dvou do šesti stránek a fotografie osobnosti dostává prostor také na **titulní** straně časopisu. Osobnost se zde může rozhovořit o nějakém aktuálním tématu, nejčastěji ale v časopisech vidám několikastránkové rozhovory tzv. **portrétní**. Tyto rozsáhlejší rozhovory většinou obsahují také **úvod**, stručný **medilonek** zpovídaného a pokud má novinář potřebu, může připsat také **okolnosti**, za jakých se rozhovor uskutečnil. Zde autor většinou popisuje, kde se rozhovor konal, jak na něj osobnost působila, jak reagovala, co na sobě měla oblečené nebo co si objednala k jídlu. Příhodila-li se během tohoto setkání nějaká **humorná nebo neobvyklá událost**, vedle rozhovoru může být vepsána také.

### **3.4 Televizní rozhovor**

V televizi se s rozhovorem setkáváme **v mnoha formách**. Jako součást zpravodajského bloku, jako krátké rozhovory v reportážích, v zábavných pořadech, politických diskuzích nebo ve formátu talk show. Na novináře je kladena **větší zodpovědnost** a „neřesti“, o kterých budu psát níže, dostávají velký prostor projevit se. Novinář zde může máloco schovat a příprava je proto na místě. Chyby, které se ještě daly zamaskovat v psaném textu, jsou na televizní obrazovce viditelné.

Host zde, stejně jako v rádiu, může být **nervózní** z vědomí, že rozhovor prakticky nevede s konkrétním člověkem, ale pro někoho neznámého, kdo signál přijímá (Umění interviewu, s. 148). Hosté zde mnohdy věnují, dílem nervozity, větší pozornost správnosti sdělení po jazykové stránce a také tomu, **jak před kamerou vypadají**, nežli obsahu samotného sdělení. Před začátkem natáčení je proto vhodné si s

<sup>14</sup> Jazyk, norma, spisovnost, str. 109

interviewovaným pohovořit o tom, jak zvládá trému a vystupování před lidmi. Pokud si novinář zvolí vystresovaného hosta, rozhovor nemůže dopadnout dobře.

Prokazatelně zde hraje roli **vizuální složka**, takže divák posuzuje celkový dojem z rozhovoru hlavně skrze to, co vidí. (Umění interviewu, s. 152) Důležité proto je dobré osvětlení, gesta účastníků, jejich oblečení nebo rozmístění nábytku.

Existuje znatelný rozdíl mezi **veřejnoprávní** a **soukromými televizemi**, hlavně co se týká uvolněnosti celkového projevu novinářů. Rozhovor v České televizi se ještě většinou drží **spisovné češtiny** a **distingovaného projevu** svých novinářů, třebaže prvky konverzacionalizace a familiérnosti jsou čas od času k vidění i zde.

### **3.5 Rozhovor v rádiu**

Řídí se **akusticko-auditivním principem** a třebaže je posluchač ochuzen o vizuální stránku, stále musí mít novinář na mysli, že se z případných chyb v průběhu rozhovoru leccos neutají.

Stejně jako v televizi je samozřejmostí **dobrá hlasová průprava** novináře. V soukromých rádiích ale můžeme slyšet nepřipravené novináře s nepříliš precizní výslovností, familiérnost a konverzacionalizace. Novináři v soukromých rádiích často hovoří se svým hostem **jako se sobě rovným** a rozhovor tak nabývá neformální podoby, což se v Českém rozhlase zatím příliš často nestává.

Je-li rozhovor delší, je přerušován písničkami s tím, že moderátor poté hosta posluchačům vždy **znovu představí**.

### **3.6 Rozhovor na internetu**

Internet nabízí prostor jak pro **audiovizuální** formu rozhovoru, tak pro **písemnou**. Rozhovor může být umístěn na internet pod značkou nějakého **oficiálního média** (MF Dnes, Super, Blesk, Česká televize, Nova TV, Prima TV, Stream, apod.) nebo může být umístěn ve veřejném prostoru soukromou osobou a poté **veřejně sdílen** na sociálních sítích (YouTube, blogy, Facebook, apod.).

Druhá varianta nabízí méně přísnou – v některých případech prakticky žádnou – zákonnou cenzuru, spoléhá pouze na **autocenzuru** a obecná **morální** a **etická** ustanovení přijímaná v naší společnosti. Důsledkem je větší **kvalitativní spektrum** příspěvků, nabízí se bohatá škála rozhovorů, počínaje profesionální úrovní a konče příspěvky té nejnižší amatérské kvality.

## 4. Pojmenování chyb

Nyní se pokusím popsat nejčastější chyby, kterých se novináři dopouštějí během vedení a zpracování rozhovoru. Ke každému bodu uvedu příklad z reálného a aktuálního materiálu.

### 4.1 „Skákání“ do řeči

Detailně jej zkoumá **konverzační analýza** a její zakladatelé tento fenomén, mechanismus „**turn-taking**“, popsali už v roce 1974 (viz. Stylistika a..., s. 51). Olga Müllerová se o tomto „nešvaru“ vyjadřuje takto: „*Přerušení mluvčího dialogickým partnerem se vymezuje jako vstup do řeči na místě, které není relevantní pro převzetí slova; mluvčí pronáší svou repliku a před tím, než ji dokončí, začne jeho partner mluvit.* ...“<sup>15</sup>

Do řeči se „skáče“ z několika důvodů a existuje také pestrá škála variant, jak může 'poškozený' zareagovat. Obecně ale buď pozitivně nebo negativně, jedná se tedy o přerušování kooperativní nebo kontroverzní. Pokud je kontroverzní, celá situace může nabýt konfrontační ráz. Zdvořilé „přítakávání“ partnera během naslouchání se za přerušování nepovažuje.

„*Jako účastníci dialogu sledujeme, jakou strukturu partner svou replikou realizuje, a většinou už předvídáme, kdy dojde k odmlce, anticipujeme ukončení repliky.*“<sup>16</sup>

Pro vhodné převzetí slova je výhodné rozpoznat „**transition relevance place**“<sup>17</sup>, tedy místa, kde můžeme vstoupit do dialogu a nijak svého komunikačního partnera nepoškodíme. Mohou to být obsahově dokončená, vypointovaná místa replik nebo funkční pauzy. Od tohoto pojmu je ale nutné odlišit právě přerušování, násilné „skočení“ do řeči, tedy „**interruption**“<sup>18</sup>.

**Kooperativní přerušování** může být dovětek, který novinář přidá do odpovědi svého partnera, který ještě hovoří. Dovětku nebo upřesnění se host nebrání, nekomentuje ho nebo jej dokonce stvrdí souhlasným přítakáním a poděkuje za podnětnou myšlenku. Novinář tímto „skočením“ do řeči jen dává najevo, že ho vyprávění zajímá, chápe ho a chce jej doplnit.

<sup>15</sup> Styl mediálních dialogů, s. 101

<sup>16</sup> Stylistika a..., s. 51

<sup>17</sup> Stylistika a..., s.51

<sup>18</sup> Stylistika a..., s. 51

Toto jednání je důležité z psychologického hlediska, říká se mu „*aktivní naslouchání*“<sup>19</sup>. Běžně si člověk vystačí se „*slyšením*“ nebo „*posloucháním*“, ale to, co by novinář měl během rozhovoru uplatňovat, je právě „*naslouchání*“. Souvisí s tím i neverbální signály jako vstřícný posez, zrcadlení svého partnera nebo oční kontakt. Pro hosta je to všechno výraz kooperace.

*„Zdvižené obočí při překvapení, pokyvování hlavou jako informace, že jste na příjmu, slova typu ‚aha!‘, ‚skutečně?‘ nebo ‚no jo, no‘, to vše spolehlivě informuje o tom, že nasloucháte nebo se tak alespoň snažíte vypadat.“*<sup>20</sup>

**Kontroverzní přerušování** signalizuje blížící se konflikt a bývá typické hlavně pro politické diskuze. Novinář tak dává najevo nesouhlas, většinou reaguje kontaktním „*počkejte,...*“. Host se přerušování brání buď argumentací, ignorováním nebo nesouhlasným „*neskákejte mi do řeči*“. Tak, jako to v Otázkách Václava Moravce často činí právě politici:<sup>21</sup>

Vojtěch Filip: „*Pane vicepremiére, prosím vás, já jsem vám taky neskákal do řeči.*“

Andrej Babiš: „*Už mlčím.*“

Vojtěch Filip: „*Já jsem příliš přísně vychovanej, abych někomu skákal do řeči.*“

Občas jsou důvody k přerušování hostovy řeči pouze **časové**, jsme-li v televizní nebo rádiové relaci.

Pokud ale už novinář „skočí“ do řeči, často si tím může spíše uškodit, než něco získat. Může to být způsobeno „**zbrklostí**“, kdy osobnost nenechá domluvit a už klade další otázku, třeba i takovou, která s původním tématem vůbec nesouvisí. To pokládám za velkou chybu. Za prvé je to neomluvitelně neslušené vůči této osobě a za druhé se s velkou pravděpodobností vlastním přičiněním připraví o důležité informace.

David Turek z deníku Blesk se například v rozhovoru se sportovce Šebrlem připravil o odpověď, na kterou se původně ptal. Sportovci, který už začal odpovídat, „skočil“ do řeči a ten tak svoji původní odpověď nedokončil. Rozhovor se poté přirozeným vývojem stočil na jiné téma.

Turek: „*A řešíte spolu i intimní věci?*“

Šebrle: „*Jenom...*“

<sup>19</sup> Umění dialogu, s. 73

<sup>20</sup> Komunikace a prezentace, s. 118

<sup>21</sup> <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/215411030500322/video/>

Turek: „...vy se červenáte lehce.“

Šebrle: „No já jsem červenej z golfu. Já dneska hrál první profesionální turnaj ...“<sup>22</sup>

Krásně se na toto téma vyjádřil **Rudolf Křest'an**, když popisoval svoji zkušenost s interview:

„Opakem kvalitních a soustředěných zpovědníků jsou obsedantní těkači a skákači do řeči. Tu a tam jsem je také zažil. Možná by se lépe uplatnili ve sportu: při skoku do dálky, do výšky, ba i o tyči.“<sup>23</sup>

**Argumentační přerušení** je pochopitelně správné – pokud je opodstatněné a relevantní – a dodává celému rozhovoru „živost“.

## 4.2 Příprava

„Kdo zlepšuje své vyjadřování, školí vlastní myšlení a charakter. Stručně a jasně se dá vyjádřit jenom to, co se důkladně promyslí,“<sup>24</sup> cituje autor v knize Rozhovory o češtině jazykovědce Františka Jílka. A přestože definic a dělení rozhovorů je velké množství, v jedné věci se autoři knih shodují - příprava je nezbytná. Nespočívá jen v nastudování faktů o osobnosti, se kterou rozhovor povedu, ale také o tématu na které s ní budu hovořit.

„Velice záleží na znalosti sebe sama a na schopnosti odhadnout partnera, protože pak spíše správně zvolíte a uspořádáte důkazy, kterými ho pohnete k jednání podle svého záměru.“<sup>25</sup>

Marta Švagrová v knize Rozhovory o interview popisuje běžnou situaci z českých redakcí, kdy k ní do kanceláře přiběhne zadýchaná kolegyně s tím, že za půl hodiny jde dělat rozhovor a o tom člověku nic neví. Následuje rychlá „nalévárna“ informací a „úprk“ na místo setkání.

„Když jdu na rozhovor coby nepopsaný list, celkem spolehlivě se mohu znemožnit hned první otázkou. Zpovídáný oprávněně předpokládá, že aspoň základní informace jsem si obstarala a nacvičila.“<sup>26</sup>

<sup>22</sup> <http://tv.blesk.cz/video/2301014/sebrle-o-kratochvilove-je-to-prvni-zenska-se-kterou-nechci-spat.html>

<sup>23</sup> Rozhovory o interview, s. 130

<sup>24</sup> Rozhovory o češtině, s. 182

<sup>25</sup> Umění dialogu, s. 85

<sup>26</sup> Rozhovory o interview, s. 38, 42, 51



Pokud chce novinář vzbudit důvěru a jistou fundovanost, zasvěcenost, měl by ve svých otázkách také **citovat prameny**, přímou řeč svého zpovídaného z již existujících materiálů a **dokládat jejich relevantnost** příslušnými argumenty. S takto propracovanou přípravou se můžeme setkat například v politických diskuzích nebo v rozhovorech nad investigativními problémy.

*„Přejděme do současnosti: podle průzkumů voličských preferencí pravice ani rok a čtvrt po volbách neposiluje, přestože je v opozici. To není obvyklé. Obliba levice v identické situaci v roce 2011 šla výrazně nahoru. Čím si vysvětlujete, že to tak u pravice není?“<sup>27</sup>*

**Nepřipravenost** novináře prozradí a záleží už potom jen na jeho důvtipu a schopnosti improvizace, zda z toho bude schopný udělat přednost.

Rozhovor s olympijskou vítězkou Evou Samkovou na serveru Super.cz spadá do kategorie tzv. blábolivých rozhovorů, podle Mluvené češtiny (s. 309) se do označit jako **„inflace blábolení“**. Redaktorka Gabriela Wolfová zde z nepochopitelných důvodů vede velmi rozpačitý rozhovor se sportovkyní Evou Samkovou o zpěvu. Ta to bere jako hru, informačně je na tom ale divák tohoto rozhovoru na nule:

Super.cz: *„Vy ste se zúčastnila i Plesu v Opeře, tam ste ukázala, že ste dokonce i výborná tanečnice, a tady ste nám sdělila, že vlastně umíte úplně všechno.“<sup>28</sup>*

Samková: *„No, tak von když člověk, jako... já jsem totiž bohyně, tak to je pak těžký jako neumět něco.“*

Super.cz: *„Sem právě čekala, kdy nám zazpíváte.“*

Samková: *„Já sem teďka nemocná bohužel, takže já si teďka dávám klid na hlasivky.“*

Super.cz: *„No to je samozřejmý, to zpěvačky znaj, že to je potřeba.“*

Samková: *„Přesně tak, ... to všichni známe, že každéj někdy onemocní a bojuje s tím. Takže já když teďka nemusím zpívat, tak nezpívám.“*

Super.cz: *„Řešíte to sluchátkama, koukám.“*

Samková: *„Přesně tak, řeším to sluchátkama, abych... a ...trénuju si ty písničky v duchu, který pak budu zpívat.“*

<sup>27</sup> Respekt 14, 13. březen – 6. duben 2015, s. 38

<sup>28</sup> <http://www.super.cz/celebrity/gabriela-wolfova/345053-zlata-eva-samkova-je-stale-sama-jak-je-mozne-ze-tahle-kocicka-nikoho-nema.html>

S čím se setkávám hodně často, většinou právě ve video-rozhovorech na internetu, je **otázka položená jako oznamující věta** (viz. v příkladu se Samkovou). Následuje přistrčení mikrofonu k ústům zpovídané osoby, která je zaskočená a chvíli tápe, protože vlastně netuší, na co má odpovědět. Samková se zde rozpačitě „plácá“ v otázkách ohledně zpívání, třebaže je absurdní rozhovor veden na tiskové konferenci k závodu The color run.

Na druhou stranu ale stejně jako je důležitá kvalitní příprava, je také občas k dobru něco **nevědět a mít odstup**, dává to prostor zajímavým dotazům.

### **4.3 Přátelství/nepřátelství se zpovídaným**

Během vedení rozhovoru panuje značná nerovnost. Někdo otázky klade, někdo na ně odpovídá a role by se neměly měnit. Pořád také platí, že novinář je nezájatá osoba a do práce by neměl vměšovat své subjektivní postoje (Viz. níže - rozhovor Veselovský vs. Novotný).

Proto je otázkou, zda je dobré, když se se svým hostem novinář příliš dobře zná. Ovlivňuje to výběr otázek, které klade, a je to stejný extrém, jako když novinář onu osobnost nezná vůbec.

Pokud jsme v televizi, je nutné stanovit si hned na začátku, zda s takovou osobou držet tykání nebo vykání. V nejlepším případě své pohnutky také vysvětlit divákům.

### **4.4 Špatné otázky**

Volba otázek je pro dobrý rozhovor velmi podstatná., takže přísloví „jak se do lesa volá, tak se z lesa ozývá“, právě zde nabývá na významu. Na špatnou otázku novinář dostane špatnou odpověď.

#### **4.4.1 První otázka**

Platí, že nejvíce záleží na **originální první otázce**. Ocení to jak čtenář, kterého díky tomu rozhovor zaujme a bude číst dál, tak samotný dotazovaný. Ten zaregistruje nevšední přístup, zájem o svoji osobu a bude mít chuť si dál povídat. Otázka to může být z úplně „jiného soudku“. Lze se třeba zeptat na zajímavý obraz, který má zpovídaný člověk v ateliéru a na který se díváme. Rozhovor to může posunout jiným směrem, což

nevadí, pokud to bude zajímavé a přínosné. Pokud ne, nemusí se to v konečné verzi ani objevit, škrtnat se dá vždy. Jde vlastně jen o to, vytvořit na místě příjemnou atmosféru.

Velice elegantní a důvtipné řešení zvolil Marek Eben, když začínal ve svém pořadu Na plovárně rozhovor s novinářem Karlem Hvižd'alou.

Marek Eben: „*Já jsem si říkal, že není vůbec snadné s vámi ten rozhovor nějak roztláčit. Seděl jsem a říkal jsem si, co bych se tak prvního zeptal. Vždycky mě něco napadlo a říkal jsem si, to bude panu Hvižd'alovi připadat blbý. Tak něco jiného.*“

Karel Hvižd'ala: „*Pravda je, že první otázka je hrozně důležitá. To říkají i ti machři v cizině, se kterými jsem o tom mluvil.*“

Marek Eben: „*To je druhá otázka, kterou mám!*“<sup>29</sup>

#### 4.4.2 Nepříjemné otázky

Naopak ty **nepříjemné otázky** se vyplatí klást až v samotném závěru. Jistě, pokud dáme nepříjemnou otázku hned z kraje, bude mít povídání větší dynamiku a konfrontační náboj. Na druhou stranu ale riskujeme, že osobnost se nám uzavře a dál bude odpovídat buď špatně nebo rovnou celý rozhovor ukončí.

Výše zmíněný Marek Eben ale například sám v rozhovoru s Karlem Hvižd'alou později přiznává, že na nepříjemné otázky se „svých“ osobností ptá nerad, není si jistý, zda to vůbec umí, a většinou od toho nakonec upustí (viz. Na plovárně s Karlem Hvižd'alou).

Pokud už ale chceme **jasnou odpověď**, která objasní celou situaci, používáme **zavřené otázky** - „Udělal jste to?“ „Neudělal!“ „...*pomáhají dialogu projít nějakým těžkým místem, úzkým hrdlem, kde je třeba držet směr a příliš se nerozptylovat a neodbočovat.*“<sup>30</sup> Novinář by si tedy měl uvědomit, zda klade **otevřené nebo zavřené otázky** a cíleně s nimi pracovat.

Není dobré rozhovor „lázat přes koleno“ a chtít **konfrontaci za každou cenu**. Pokud se jedná o zkušeného řečníka (politik), dokáže z těchto otázek „vybruslit“. Čtenář nebo divák se tím pádem nic nového nedozví, pouze bude zahlcen nic neříkajícími výroky.

<sup>29</sup> <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093836883-na-plovarne-s-karlem-hvizdalou/211522160100019-karel-hvizdala/video/>

<sup>30</sup> Komunikace a prezentace, s.121

#### 4.4.3 Veselovský vs. Novotný

Zde bych užila příklad z nedávné doby a to rozhovor Petra Veselovského s Pavlem Novotným na internetové televizi DVTV.<sup>31</sup> Nechci se zaplétat do morálního hodnocení Pavla Novotného a potažmo bulvárního tisku. Tento příklad jsem vybrala hlavně proto, že z mého pohledu jej ani jeden z účastníků nezvládl. Zcela teď opominu také fakt, že Novotný má řečovou vadu. V rozhovoru mi vadilo víc věcí:

Za prvé to bylo **neustálé „skákání“ do řeči** a třebaže bylo na obou stranách, častěji tohle dělal Veselovský Novotnému. Nenechal svému hostu chvíli, kdy by se mohl vyjádřit a obhájit to, co obhájit chtěl. Když už se to stalo po několikáté, Novotnému zcela oprávněně přišlo vhodné na to Veselovského upozornit. V této části také došlo ke komické situaci, kdy Novotný dvakrát po sobě oslovil Veselovského „pane Vetchý“, protože se zřejmě natolik soustředil na ústřední téma rozhovoru. Veselovský toho dokázal vtipně využít a Novotnému tak jeho „políček“ pohotově vrátit zpátky.

Novotný: „*Já nemám za co se jim omlouvat, pane Vetchý. Protože oni u toho soudu bezostyšně lhali.* (nadechuje se a pokračuje, moderátor ho již po několikáté přerušil a nedá mu prostor prezentovat svůj názor)“

Veselovský: „*Moment, moment. Oni nebyli ti, kteří...*“

Novotný: „*Nemusíte mě přerušovat, pane Vetchý, já vám neutíkám s odpovědí ...*“

Veselovský: „*Neříkejte mi pane Vetchý.*“

Veselovský svým neustálým přerušováním Novotnému nedal dokonce ani prostor řádně **odpovědět na otázky**, na které se ptal. Navíc **neuměl správně zareagovat** a celých čtrnáct minut rozhovoru tak Novotnému předhazoval, že je lhář, třebaže mu to bulvární novinář hned v první minutě rozhovoru potvrdil! Sám host je z tohoto chování moderátora zmaten a **neví, co odpovídat**.

Novotný: „*Co vám mám na to říct? Co vám mám říct, pane Veselovský? Přece nemůžu říct: „Nejsem lhář“*“

Veselovský (přerušil Novotného): „*To si říkejte co chcete, ale*“

Novotný: „*Já sem...*“ (opět přerušil Veselovským)

Veselovský: „*V tomhlectom je rozpor. Aspoň já to tak cítím.*“

Novotný: „*Já jsem nelhal, pane Veselovský. Já sem respektive...*“ (opět přerušil Veselovským)

Veselovský: „*Vy ste napsal, že Ondřej Vetchý tam přišel se svojí milenkou, ale byla to jeho žena.*“

Novotný: „*Vy ste úplně mimo, samozřejmě, pane Veselovský. Ano, napsal sem to.*“

Zde Veselovský sám přiznává, že **neví jak dál**. Novotný mu – velmi rozumně – radí:

Veselovský: „*Co tady budem dělat teď celou tu dobu?*“

Novotný: „*Budem si povídat asi, né?*“

Veselovský: „*Vy ste mi teď řekl, že v minimálně v jednom ohledu prostě ste lhář.*“

Svým přiznáním vzal Veselovskému „vítr z plachet“ a on se potom jen dál „pitval“ v již mrtvém tématu. Je na něm vidět, že očividně neví, **jak rozhovor někam posunout**. Ze zoufalství proto dvakrát (!) v průběhu několika minut přečte titulky Novotného článku a žádá jejich vysvětlení. Když se Novotný o vysvětlení snaží, nedá mu prostor.

**Absurdity** celé situace si Novotný všímá:

(Veselovský čte titulky článků)

Novotný: „*Tak ale postupně, nebo necháte mě k tomu taky něco říct?*“

Veselovský: „*Tak mě na tom zajímá...*“

Novotný: „*Nenecháte, jo takhle!*“

Informačně je tedy divák tohoto rozhovoru tam, kde byl na začátku. Chyba pochopitelně není jen na straně novináře, svůj podíl viny na tom nese také host. Čtrnáct minut dialogu ale každopádně nepřineslo **žádnou novou informaci** a rozhovor by se tak dal kategorizovat jako **blábolivý**, dle Světlý Čmejrkové (Viz. *Mluvená čeština*, s.309).

Nejvíce mi vadila **zaujatost moderátora**, který se zde neřídil pravidlem, že novinář je nestranný a nedává veřejně najevo svůj osobní názor. Minimálně na konci dal Veselovský tónem hlasu a grimasou v obličejí najevo znechucení a antipatie. To mi přijde neprofesionální a jako „nešvar“ jsem to označila již výše v textu (viz. 4.3).

#### 4.4.4 Neoriginální otázky

Pro zpovídání je nepříjemné, když musí odpovídat většině novinářů na **jeden a ten samý dotaz**.

Super.cz: „*Všichni si vás stejně hlavně nejvíce vopravdu pořád pamatují z těch*

*Sněženek. Tak... překonalo to něco? Nebo vopravdu ta role už je doživotní a nikdo vám*

---

<sup>31</sup> <http://video.aktualne.cz/dvtv/lzu-ale-kultivuji-bulvar-tvrdi-novotny/r~4f05f722d3cd11e4890a0025900fea04/>

*to nevezme*,<sup>32</sup> ptá se server Super.cz herce Václava Kopty poté, co s ním dvě třetiny rozhovoru redaktorka „plkala“ o ošklivosti jeho bundy. Proč „zčista jasná“ stočila rozhovor tímto směrem, navíc na akci, která se týkala jídla, ne filmu, není úplně jasné. Dle výrazu v obličejí se divil i samotný Kopta. Že je na tenhle dotaz zvyklý odpovídat předvedl vzápětí, kdy podal naprosto nevýraznou odpověď bez jakékoli větší informační hodnoty.

Jak trefně napsal Ondřej Neff:

*„Hrozí totiž nebezpečí, že si v Googlu vylistujeme deset odkazů na prvním místě, vycucáme z nich nějaká fakta, přetvoříme je na otázky a s nimi na Giganta nastoupíme. Tak se stane, že Gigant je třeba ulitý na veverka a všichni se ho pak ptají na veverka, a nikoho nenapadne se ho zeptat na něco jiného než na veverka.“<sup>33</sup>*

Šéf baletu Národního divadla Zuska třeba zde v Lidových novinách byl tomuto nešvaru vystaven a správně na něj upozornil:<sup>34</sup>

Lidovky.cz: *„Kdybyste měl vybrat jednu jedinou choreografii, které jste věnoval nejvíce času a je podle vás nejlepší, která by to byla?“*

Zuska: *„Na podobné otázky jsem už odpovídal mnohokrát a vždy velice vyhybavě, jelikož se na to odpovědět nedá.“*

Později dokonce přišla otázka *„Co pro vás znamená tanec?“*

Tento a jemu podobné dotazy se navíc dají zařadit také do kategorie **klišé** - herců se novinář ptá na nejoblíbenější roli nebo na roli, kterou by si chtěl zahrát; malířů se novináři ptají na nejoblíbenější obraz a podobně.

Když jsem si procházela rozhovory, asi nejvíce je těmito klišé dotazy zahrnován herec Karel Roden a jeho blízcí. Novináři se ptají na totéž a i seriózní média se neustále dotazují na Rodenovu kariéru v zahraničí.<sup>35</sup>

Instinkt: *„Můžete srovnat podmínky při natáčení pro HBO s ostatními produkcemi - českými i zahraničními?“*

<sup>32</sup> <http://www.super.cz/343782-co-na-to-rikate-hvezda-snezenek-a-machru-si-poridila-bundu-se-kterou-by-mohla-ridit-dopravu-nebo-jit-rovnou-k-popelaram.html>

<sup>33</sup> Rozhovory o interview, s.41

<sup>34</sup> [http://www.lidovky.cz/se-svym-nastupcem-jsem-spokojeny-doporucil-jsem-ho-rika-sef-baletu-zuska-1qn-/lide.aspx?c=A141223\\_153714\\_lide\\_ape](http://www.lidovky.cz/se-svym-nastupcem-jsem-spokojeny-doporucil-jsem-ho-rika-sef-baletu-zuska-1qn-/lide.aspx?c=A141223_153714_lide_ape)

<sup>35</sup> [http://instinkt.tyden.cz/rubriky/rozhovor/karel-roden-nehci-rikat-stejne-veci\\_27227.html](http://instinkt.tyden.cz/rubriky/rozhovor/karel-roden-nehci-rikat-stejne-veci_27227.html)

Roden: „*Na to se mě pořád někdo ptá. ...*“

Instinkt: „*Rýsuje se nějaká další spolupráce s velkými zahraničními produkcemi? ...*“

Roden: „*Ze mě pořád dělají člověka, který dobyl Hollywood, pracuje v Americe... To je přece tak pofidérní! Natočil jsem nějaké známější filmy, za což jsem vděčný, a možná ještě nějaké natočím, ale třeba taky ne. ...*“

...

Instinkt: „*Máte ještě nějakou metu, co se týče ocenění, na kterou chcete dosáhnout?*“

Roden: „*Já takhle vůbec neuvažuju! Když se mě někdo zeptá, jestli mám nějakou vysněnou roli, tak nemám. A u cen už vůbec. Oscara bych asi chtěl, ale nevím, jak by se to dalo zařídit. (smích)*“

Je proto dobré připravit si **originální otázky**, tedy takové, na které „náš“ člověk ještě nikdy neodpovídal. Zajímavým dotazem novinář v jeho očích stoupne a celý rozhovor se bude nést v příjemnější atmosféře. Tento problém skvěle popsal Marek Eben:

*„Nejtěžší na tom je, že člověk by si měl všechno přečíst, ale pak se ptát na něco jiného, protože to znám sám, jaká je otrava odpovídat stále na stejné otázky. V roce 2008 ve Varech jsem například začal rozhovor s Dannym Gloverem tím, že jsem mu oznámil, že mám pro něj dobrou zprávu: Nebudu se ho ptát na Smrtonosnou zbraň. A musím říct, že ho to potěšilo, evidentně pookřál.“<sup>36</sup>*

Stává se také, že novinář si v nějakém rozhovoru přečte dobrý příběh a potom osobnost otázkami směřuje k tomu, aby ho **znovu odvyprávěla**. Kouzlo už ale vyprchalo a takto vynucenému „story“ už potom něco chybí. Případně ani osobnost nemusí být ochotná znovu vyprávět totéž někomu jinému. V těchto případech novinář většinou používá **sugestivní otázky** a pokud je klade příliš „okate“, osobnost se zalekne nátlaku a odpovídat nebude.

*„A pak je specifický typ novinářů, kteří se připraví, přečtou si vaše staré rozhovory, některé historky se jim líbí a chtějí, abyste je pověděli znovu. Takže se vás snaží natlačit do toho příběhu, vy okamžitě víte, o co jim jde, ale nechcete to říct, protože už jste to jednou řekli.“<sup>37</sup>*

<sup>36</sup> Rozhovory o interview, s. 150, 151

<sup>37</sup> Rozhovory o interview, s. 152

#### 4.4.5 Více otázek najednou

Z vlastní zkušenosti také vím, že není úplně vhodné klást **více otázek najednou**. Zpovídaný buď nebude odpovídat kvalitně, protože bude dopředu přemýšlet nad druhou otázkou, nebo – a to je ta častější verze – ji zkrátka zapomene a dotaz tak zmizí, jako by nikdy nebyl. Navíc je tahle forma otázek **nepřehledná** a matoucí i pro samotné diváky nebo čtenáře.

#### 4.4.6 Formulace otázky

Dále je podstatná **formulace otázky**. Sebelepší otázka, špatně zformulovaná, je špatná otázka. Zpovídaný nám odpoví na něco úplně jiného, nebo přesně tak, jak jsme si to nepřáli. Navíc bude popuzený, že je vystavován otázkám, kterým nerozumí.

#### 4.4.7 Z tématu na téma

Otázky by také měly mít nějakou návaznost. Není vhodné „**skákat**“ z **tématu na téma**, třebaže se to v konečné fázi během přepisování dá poskládat k sobě. Zpovídaného to unavuje, neřekne toho tolik a to podstatné.

**Český Rozhlas, Host Radiožurnálu** (26.10.2014):<sup>38</sup> Rozhovor se slovenským hercem a moderátorem Marošem Kramárem. Herec vypráví o dovolené v Chorvatsku a moderátorka mu „skočí“ do řeči a „z ničeho nic“ se ho zeptá na bytové divadlo, o kterém zatím dokonce nepadla ani zmínka. Samotný Kramár je ze „skoku“ překvapený a náležitě to okomentuje.

Kramár: „*Je tam malá krčmička, kde keď priplavete vám ukážú rybkú, vy si ukážete, ktorú chcete a tu vám urobia hneď na mieste...*“

Moderátorka: „*A tam vznikl ten nápad dělat bytové divadlo? Hrát divadlo u sebe doma?*“

Kramár: „*Vy teda skáčete z témy do témy! To jsme preskočili úplně jinde!*“

#### 4.4.8 Rozhovor není dotazník

Navíc je potřeba **správně reagovat**. Otázky, které dostává v rozhovoru pro **pražský Deník** zpěvačka Leona Machálková, připomínají víc dotazník než rozhovor:<sup>39</sup>

<sup>38</sup> <http://prehovac.rozhlas.cz/audio/3237144>

<sup>39</sup> [http://prazsky.denik.cz/kultura\\_region/leona-machalkova-drakula-mi-otevrel-spoustu-dveri-20130215.html](http://prazsky.denik.cz/kultura_region/leona-machalkova-drakula-mi-otevrel-spoustu-dveri-20130215.html)



Machálková rozhovor poskytovala v době premiéry muzikálu Hamlet a otázky dostávala plytké, bez nápadu a novinář se vůbec neobtěžoval reagovat, tedy rozvíjet nějak konverzaci se zpěvačkou.

„*Jak vnímáte tragédii Hamlet?*“

„*Jakou hru od Shakespeara máte nejraději?*“

„*Jak se vám hraje role královny Gertrudy?*“

„*Jak se vám spolupracuje s divadelními ‚syny‘ ... ?*“

„*Hrajete v současnosti v nějakých dalších muzikálech?*“

„*Muzikály jsou kromě zpěvu náročné pohybově. Jak se udržujete v kondici?*“ Otázka, kterou pokládají všichni novináři všem osobnostem ženského pohlaví. Dala by se označit za klišé. Stejně jako následující dotaz:

„*Jak trávíte svůj volný čas?*“

Navíc zde můžeme narazit i na to, že novinář je **nepřipravený**. V otázce sice zmiňuje Machálkově syna Artura, nezjistil si ale, jak je starý. Podává proto naprosto nevhodný dotaz. Ve výsledku **ztrapňuje sám sebe** a kdyby měl trochu soudnosti, v konečné verzi tuto otázku nepřizná.

Novinář: „*Máte syna, který je školou povinný. Musí číst do školy díla od Shakespeara?*“

Machálková: „*Můj syn Artur chodí do 4. třídy základní školy. V současné době čte úplně jinou, dětskou literaturu. Čas Shakespeara přijde až později...*“

Podobný příklad máme také zde. Často novinář položí otázku, na kterou **nezná odpověď** ani sám zpovídaný. Jako herečka Lucie Pernetová<sup>40</sup>

Pražský Deník: „*Budou děti po vás umělecky založené?*“

Pernetová: „*To zatím těžko předpovídat.*“

nebo pro periodikum Metro herec Karel Roden<sup>41</sup>:

Metro: „*Kde sám sebe vidíte za pět let?*“

Otázka **jako vystřižená z pracovního pohovoru** Rodena pochopitelně zaskočila:

Roden: „*Takhle vůbec neuvažuji, nic neplánuji. Ani nevím, kde budu zítra večer hrát.*“

Nutno dodat, že redaktor se herce nezapomněl zeptat, zda má v plánu natočit nějaký další zahraniční film (viz. výše).

<sup>40</sup> [http://prazsky.denik.cz/kultura\\_region/lucie-pernetova-voskovec-a-werich-jsou-pro-nas-az-prilis-dobri-20141017.html](http://prazsky.denik.cz/kultura_region/lucie-pernetova-voskovec-a-werich-jsou-pro-nas-az-prilis-dobri-20141017.html)

V rámci přípravy na rozhovor je dobré udělat si jakousi osnovu nebo kostru interview, případně si vypsát několik otázek, kdyby rozhovor vážnul. Určitě ale **není vhodné klást jednu otázku za druhou** (jako výše zmíněný rozhovor s Machálkovou) bez ohledu na to, co osobnost vypráví.

*„Stalo se mi, že mi novinář položil otázku, já odpovídal a on mi řekl: 'Tohle mi neříkejte, to přijde až po otázce číslo šest!'“<sup>42</sup>*

Dostáváme se zpátky ke komunikaci a k tomu, jak potřebné je držet se nějakých jejích zásad. Je třeba trefně reagovat - pochopitelně ale „neskákat“ do řeči - a pokládat **doplňující otázky k tématu**. Rozhovor sice může dostat úplně jiný směr a rozměr, ale právě v tom je jeho kouzlo.

*„Novinář-interviewer musí být především zvědavce, tedy curiosus, v tom starém, původním latinském smyslu, kde toto slovo znamená i pečlivý, bedlivý, horlivý, zvědavý, pátravý a bádavý. Povedené interview pak může být officina humanitatis, dílna lidskosti, jak řekl Martin Heidegger v připomenutém rozhovoru pro Der Spiegel: 'Tázání se je zbožnost myšlení!'“<sup>43</sup>*

## 4.5 Sebe prezentace

Jsou rozhovory, do kterých novinář příliš zasahuje. Vyjadřuje během pokládání otázek vlastní názor, i když se ho nikdo neptal, **svěřuje se se svými problémy** a se zpovídaným člověkem spíše **diskutuje**. To je dobře v případě diskuze, kde jsou si oba diskutující rovni, ale v případě interview je to nepřipustné.

Zde se třeba moderátor pořadu soukromého **rádía Evropy 2, v pořadu Music Chart**, během rozhovoru s frontmanem kapely Chinaski, Michalem Malátným, rozhovořil o svém dětství. Sám Malátný na to nemá co říct a evidentně je v rozpacích.<sup>44</sup>

Moderátor: „*Vy už hraje vlastní od roku 1995, jo.*“

Malátný: „*Ano.*“

Moderátor: „*Je to tak. To mě bylo prosímtě.*“

---

<sup>41</sup> [http://www.metro.cz/karel-roden-do-divadla-moc-nechodim-stydim-se-za-to-fsf-/metro-extra.aspx?c=A120502\\_100255\\_co-se-deje\\_ava](http://www.metro.cz/karel-roden-do-divadla-moc-nechodim-stydim-se-za-to-fsf-/metro-extra.aspx?c=A120502_100255_co-se-deje_ava)

<sup>42</sup> Rozhovory o interview, s.43

<sup>43</sup> Rozhovory o interview, s. 40

<sup>44</sup> <http://www.evropa2.cz/mp3-archiv/michal-malatny-byl-hostem-evropy-2-musich-chart-17864>

Malátný: „*Ano?*“

Moderátor: „*...dvanáct let. A já si fakt jako Chinaski pamatuju, že je poslouchala, viš, moje máma. A teď já..*“

Malátný: „*Jo.*“

Moderátor: „*Já jsem nejdřív nechápal jako Dlouhý kouř a Pohoda jazz, viš, a v těch dvanácti letech jsem tomu jako nerozuměl, co tím vlastně myslíte, jo. Teď už samozřejmě vim, žejo.*“

(Pauza, moderátor čeká reakci, Malátný se ze slušnosti lehce směje) „*To je dobrý, no.*“

Novinář se takto snaží zviditelnit a do otázek vměšuje své soukromí, což obtěžuje jak posluchače, tak samotného zpovídáného, který je v rozpacích a neví, jak má reagovat.

## 4.6 Manipulace ze strany novináře

### 4.6.1 Výběr osobnosti

Manipulovat čtenáře a veřejné mínění obecně je možné už samotným **výběrem osobnosti**, se kterou novinář udělá rozhovor nebo tématu, o kterém se bude hovořit. Koho lidé vídají v médiích nejčastěji, má zákonitě jejich zájem a naopak.

O médiích: „*Například velmi pravděpodobně mohou zvyšovat pozornost společnosti k nějakému tématu, a tak posilovat jeho důležitost ve veřejném hodnocení (...). S tím souvisí i další předpokládaný účinek – tzv. nastolování témat. Média si z mnoha událostí vybírají jen některá, ta, o nichž se nezmiňují, zůstávají v mediálním publiku buď na okraji jeho povědomí a zájmu, nebo do něj vůbec nevstoupí* (Jiráček – Köpplová, 2006)“<sup>45</sup>

### 4.6.2 Position making

Jsmo-li v televizi, novinář má širokou škálu způsobů, jak může hosta dostat „tam, kam chce“. Celému procesu se říká „**position making**“, tedy výroba nebo vyjednávání pozice. Světla Čmejková to nazývá „*vyjednávání identit v mediální interakci*“. Tento jev souvisí se zmiňovanou **nerovností hosta a novináře** a dá se to chápat jako hra s nepředvídatelným výsledkem. Jistě, že většinou skončí „na koni“ opět novinář, host má

---

<sup>45</sup> Mluvená čeština, s. 280

ale po celou dobu rozhovoru šanci „převzít otěže“. Zvítězit může břitkostí, elegancí nebo vtípem svých odpovědí, musí zkrátka pohotově reagovat na otázky.

Nerovnost bývá patrná už z **rozmístění nábytku** ve studiu:

*„Zatímco v partnerském typu pořadu divák může mít iluzi, že je přítomen jen jako postranní svědek, ..., pořad Uvolněte se, prosím o takovou simulaci intimity a důvěrnosti vůbec neusiluje, naopak ji Jan Kraus mnoha prostředky vyvrací. Host je usazen na červenou pohovku čelem k divákům v sále a vydán na pospas moderátorovi (sedícímu na mírně vyvýšené židli za stolem bokem k pohovce), který si s ním může začít nemilosrdně pohrávat. Iluze útulnosti či pohostinnosti navozená v pořadu Na plovárně sklenicí džusu, sklenkou vína nebo mísou s ovocem je v tomto pořadu popřena tím, že karafu s vodou skrývá moderátor za pohovkou, a zda z ní svému hostu nalije, to závisí zcela na jeho libovůli.“<sup>46</sup>*

Pomyslným **rozhodčím je zde divák**, který sám posoudí, zda host v rozhovoru s moderátorem jako člověk obstál či nikoli. Svědky tohoto vyjednávání pozic býváme v **politických debatách** nebo v **talkshow**. Tam je od začátku jasné, že moderátor si hosta pozval s nějakým úmyslem, tedy s úmyslem dostat jej do nějaké **předem určené pozice**. Je potom jen na hostu, zda se do ní nechá natlačit či nikoli, bude-li vůbec klást odpor.

Na této taktice je založená **Show Jana Krause**, kde se v ironické a kousavě vtípné talkshow herec Jan Kraus snaží prakticky každého svého hosta „natlačit“ nebo lépe - „zaškatulkovat“ tam, kam – dle jeho názoru – dotyčná osoba patří. Většinou se mu to daří, má nad svým hostem převahu a na své straně i diváky v publiku. Kraus coby herec brilantně ovládá komunikační dovednosti a umí improvizovat, tedy pohotově a vtípně reagovat.

Díl, do kterého si pozval modelku Petru Faltýnovou, poslouží jako adekvátní příklad, jak to v této talk show, která se nyní objevuje na soukromé TV Prima, „chodí“. Kraus užívá **principu set up – put down**, tedy na začátku hostu složí kompliment, který ale později zpochybňuje a shazuje.

Kraus: „*No a tak měli bysme říct, že Petra Faltýnová je modelka, která pracuje ve světě, řadu let, žejo? Pracovala ste dlouho v Itálii. Žejo? Kolik let?*“

Faltýnová: „*Skoro osum let ale stále tam dolítávám. ...*“

---

<sup>46</sup> Mluvená čeština, s. 270

Kraus: „*A cejtíte se tam doma?*“

Moderátor vědomě užívá **obecnou češtinu** a mnohdy až **demonstrativní nespisovnost**. Často se v jeho projevu objevuje **protetické „v“**, není to ale pravidlem, Kraus jej tudíž užívá záměrně. Charakteristické pro něj dále je **teatrální užívání jazykových prostředků**, přehrávání gestikulace a grimas a s oblibou užívá také **dramatické pauzy** pro ještě větší vykreslení komičnosti pointy. Rád opakuje hostova slova s otazníkem („*Byla?*“) nebo **dává výroky jiný význam**, takzvaně „chytá hosta za slovo“; Kraus je výborný **demagog**. Rozhovor občas stočí k něčemu nečekanému, co hostu není příjemné, a rozebíráním tohoto stráví nejdelší časový úsek. Proto se i autoři odborné literatury shodují, že v této talkshow nejde o informační obsah, co se z rozhovoru dozvíme, ale **jde o samotné vedení rozhovoru**.

„*Obecenstvo se baví tím, jak moderátor může hosta ponižovat a šikanovat.*“<sup>47</sup>

Zde moderátor modelku **uráží**:

Kraus: „*Ale dokázala byste jako spát dvacet čtyři hodin?*“

Faltýnová: „*Určitě, určitě.*“

Kraus: „*Jo? No ale to už byste měla být pod lékařským dohledem asi!*“

Zde se nevybíravě strefuje i do jejího bývalého přítele, na jehož jméno si údajně sám nemůže vzpomenout:

Kraus: „*Já je znám podle příjmení. On se tak divně jmenoval, jako Hisbaláh nebo tak nějak. Jak se jmenoval?*“

Faltýnová: „*Nevím, nevím koho máte na mysli.*“

Kraus: „*No tak mám to vygooglovat, hele?*“

V následujícím úryvku Kraus nevybíravě komentuje partnerské vztahy modelky, které to evidentně není příjemné. To vše **za smíchu a potlesku publika**, které tím moderátora odměňuje. Kraus už ji zde otázkami jasně směřuje do „pozice“, kterou pro ni připravil.

Faltýnová: „*Simon... Simon je manžel.*“

Kraus: „*Simon je manžel.*“

Faltýnová: „*Simon je manžel...*“

Kraus: „*Simon je podnikatel.*“

Faltýnová: „*Simon je podnikatel a manžel!*“

Kraus: „*Ano! To de! To de!*“

---

<sup>47</sup> Mluvená čeština, s. 270

Smích publika, modelka byla opět zostuzena. Následuje epizoda s vodou, o které jsem se zmínila výše:

Faltýnová: „*To je vaše voda? Můžu se napít?*“

Kraus: „*Ne ne ne, to je pánova (pozn. předchozího hosta) voda. Vy byste mi v tom udělala čurbes i tady, vite? Tady máte. Ale to samozřejmě, když probíráme tyhle věci, tak si pijte co chcete, nebo hodně...*“

Modelce téma evidentně není příjemné a když se jí moderátor ptá na současného partnera, začne chytře odbíhat jinam a zmíní se, že studuje. Za odvahu publikum tentokrát odmění právě modelku.

Kraus: „*Je to tam takový... to necháme bejt. No ale teď je to jako dobrý s Leošem, jinak? Co Leoš, jako, drží?*“

Faltýnová: „*Tak třeba kupříkladu studuji teď.*“ (smích publika)

Kraus si ale chvíli počká a stejnou otázku modelce „vpálí“ jindy. Modelka opět užívá úhybných manévřů, **poslední slovo má ale nakonec stejně Kraus:**

Kraus: „*No ale s tím Leošem. Dobrý? Zatím to drží, ne?*“<sup>48</sup>

Faltýnová: „*Tak Leoš pokud vím má dvě děti.*“

Kraus: „*To já nemyslim děti. Já myslim jako, jinak dobrý zatím. Jako zatím to drží, né?*“

Faltýnová: „*Ano, on je stále v Ranní show, ano, drží, no... vytrvává, je stabilní, no.*“

Kraus: „*Je stabilní?*“

Faltýnová: „*No. Stále, každý den.*“

Kraus: „*Tak u vás ten pojem stabilní není moc stabilní.*“

V závěru zoufalá modelka velmi trefně ukončuje rozhovor slovy:

Faltýnová: „*Nebojte se, já nejsem taková kráva jak vypadám!*“

Krausova televizní show byla dlouhou dobu v českých domácnostech velmi oblíbená, v poslední době se ale množí **nesouhlasné reakce**. Kraus už dle názoru lidí na internetu, zabíhá ve svých – mnohdy krutých – rozhovorech příliš daleko. Přidal na **agresivitě** a **vulgaritě** a lidem se toto „position making“ před celým národem začíná přičít.

Zde například užívá **hrubé výrazy**:

„*Silikon? Tak vona dneska ta bába je plná umělý hmoty už, žejo? Vona si sedne a hned to poskočí, protože vona tam má silikon. Do toho se jí rozhoupou ty silikonu tady. To je dobrý, jo, jo. A proti sedí chlap nažranej viagrou!*“

A zde (rozhovor s pornoherečkou Angel Wicky) dokonce **vulgární**:

Kraus: „*A vy to berete, že sme kolegové? Tak já se na to hraní vyseru!*“<sup>49</sup>

Tento rozhovor už podnítil několik lidí, aby se ke Krausovi veřejně na internetu vyjádřili. Třeba podle blogera Josefa Havránka pornoherečka „*namyšlenému Krausovi naznačila, že jsou vlastně z jedné branže*“<sup>50</sup> a moderátora tím urazila.

„*Vůbec se tomu nasrání Honzy Krause nedivím, vždyť přece, za vtipného, má být v tomhle pořadu výhradně on...*“<sup>51</sup>

Magazín InStory si myslí, že tohle si Kraus mohl odpustit.

„*Není úplně jasné, zda pana hvězdného moderátora rozhodilo to, že Angel sklouzla k tykání, či představa, že se ta pitomá blondýnka odváží zaškatulkovat se do stejné branže jako ON! V každém případě však Krausova reakce byla nepřiměřená, arogantní a bez špetky nadhledu a humoru zvláště v souvislosti s tím, že těmito slovy celý rozhovor ukončil.*“<sup>52</sup>

InStory zdůrazňuje také s jakým **despektem** Kraus s pornoherečkou vedl rozhovor.

„*Že režisér těchto filmů nemusí být zrovna Fellini, je nám jasné, ale i pornofilmy mají svá pravidla a režii, i když trochu specifickou, a tak nezastíraná Krausova ironie zase nebyla tak úplně na místě. Slečna Angel odpovídala, jak mohla i když bylo vidět, že Krausův despekt a jeho zvyk nenechat nikoho dokončit větu, tak aby dotyčný, v tomto případě dotyčná, vypadala jako úplná blbka, jí přece jenom trochu vadil.*“<sup>53</sup>

Podstatné na celé věci je, že tato obžaloba na Krausův pořad není jediná, nedávno se média do moderátora ostře pustila kvůli dílu s lyžařem Ondřejem Bankem. Sportovci, který prodělal během závodu těžké, život ohrožující zranění a do studia přišel o berlič, pustil záznam jeho pádu a s gusem jej neváhal komentovat.

Je tento typ zábavy opravdu to, o co dnešní divák stojí? Za zmínku stojí talkshow

**Všchnopárty Karla Šípa** nebo partnerské rozhovory **Marka Ebena** v pořadu **Na plovárně**. Zde si host svoji pozici hájit zvládá, humor je laskavý a moderátoři

nesklouzávají k trapnosti a vulgaritám. Když už ale má sprosté slovo přijít, moderátoři si jej dokáží obhájit a pronést ho s elegancí.

<sup>48</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=PSBSzLCppfs>

<sup>49</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=d1NyHdvVB78>

<sup>50</sup> <http://josefhavranek.blog.idnes.cz/c/453956/honzo-ty-take-hrajes.html>

<sup>51</sup> <http://josefhavranek.blog.idnes.cz/c/453956/honzo-ty-take-hrajes.html>

<sup>52</sup> <http://www.instory.cz/934-trapas-nebo-blbost-jana-krause-tohle-si-mohl-moderator-opravdu-odpustit.html>

<sup>53</sup> <http://www.instory.cz/934-trapas-nebo-blbost-jana-krause-tohle-si-mohl-moderator-opravdu-odpustit.html>

Jisté je, že hnacím motorem této „konverzační soutěže“ je **konflikt**; autoři těchto pořadů primárně stojí o **konfrontaci hosta s moderátorem**. Tyto dialogy tak mají značně výbušný potenciál („challenging potential“), třebaže by si novinář měl stále uvědomovat svoji nestrannost a **zdržet se prezentování vlastních názorů**. „*To mu velí jeho institucionální role, která se navrhuje na jeho identitu individuální.*“<sup>54</sup>

Čmejrková píše o této problematice jako o „**zachování tváře**“.

„*Pojem tváře je definován jako pozitivní sociální hodnota, kterou si člověk pro sebe nárokuje; je to kýžený obraz sebe sama, určité image. Podle této představy se při sociálních interakcích aktéři chovají tak, aby zachovali tvář svých protějšků, a tím ovšem i svou vlastní, protože zachová-li člověk tvář svého protějšku, může počítat s tím, že i jeho vlastní tvář bude zachována. ... V sociálním chování je však mnoho aktů, které narušují ohleduplnost k adresátovi a úctu, kterou si nárokuje. Jsou to tzv. Akty ohrožující tvář, jejichž užití je v mediálních dialogích poměrně obvyklé.*“<sup>55</sup>

Repliky, které útočí na moderátorovu identitu jsou většinou uvozeny **zdvořilým oslovením** a vyjádření tak dostává mnohem **ironizující vyznění**. Pro příklad nepůjdeme daleko, Pavel Novotný si byl této taktiky dobře vědom během rozhovoru s Veselovským.

„*Pane Veselovský,...*“<sup>56</sup>

Jak bylo zmíněno, pomyslným **rozhodčím je čtenář**, posluchač nebo divák. Toho si bývá vědom jak host, tak novinář a hlavně během „výbušných“ konfliktních debat toho obě strany využívají. Na příjemce sdělení **apelují** různými způsoby:

Vojtěch Filip: „*Děkuji pane redaktore, že mám možnost takto otevřeně diskutovat o tom přiznání majetku s panem vicepremiérem před zraky diváků...*“<sup>57</sup>

Nebo větami jako: „*To už nechám na divácích,*“ nebo „*Pojďme ale divákům přeci jen vysvětlit, jak to bylo...*“ Vzpomeňme třeba, jak se u Krause loučila s diváky modelka Faltýnová (viz. s.).

<sup>54</sup> Mluvená čeština, s. 257

<sup>55</sup> Mluvená čeština, s. 255

<sup>56</sup> <http://video.aktualne.cz/dtvv/lzu-ale-kultivuji-bulvar-tvrdi-novotny/r~4f05f722d3cd11e4890a0025900fea04/>

<sup>57</sup> <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/215411030500322/video/>



### 4.6.3 Manipulace správnými otázkami

Rozhovor je mocná zbraň, pokud klademe ty **správné otázky**. Těmi se dá rozhovořit i málomluvný člověk.

*„Pokud se jedná pouze o mlčenlivého člověka, začněte konverzaci, abyste ho uvolnili. Nejprve sám promluvte k tématu, pak cíleně využívejte otevřené otázky (Co si o tom myslíš? - Jak to vidíš ty?). Obrňte se trpělivostí, čekejte na jeho reakci, nepokračujte v monologu.“<sup>58</sup>*

Novinář by měl mít jasno v tom, v jakém světle chce svého zpovídaného světu ukázat. Opět se vracíme k tomu, že tomuto žánru vládne asymetrie a moc je v rukou novináře. Správnými otázkami můžeme později zpovídaného vykreslit jako intelektuála, hlupáka, pokrytce nebo světce.

### 4.6.4 Manipulace úpravou hrubého materiálu

Nejsou to ale jen otázky, s celkovým vyzněním textu hodně udělá také přepis a jeho úprava, tedy **redigace**. Můžeme naši osobnost nechat mluvit nespisovně nebo nechat v textu vulgární výrazy a čtenář už si udělá sám „obrázek“. Pokud je ale naším záměrem image intelektuála, zpovídaný musí v textu hovořit ze zásady spisovně.

Tím se dostávám k **úpravě hrubého materiálu**, když rozhovor skončí, novinář vypne diktafon a jde ho do redakce přepsat. Pravidla nejsou jasně daná, ale úpravy jsou většinou nezbytné, protože **mluvená syntax je natolik specifická**, že může být v psané podobě „nečitelná“, tedy nesrozumitelná. Bývá třeba dát větám správnou syntax, rozdělit je na odstavce, pohrát si se spisovností a hlavně dát otázkám takové pořadí, aby rozhovor působil jako tematický celek. Tím výpověď **obsahově nijak neutrpí**.

*„Naopak u výrazných prvků hláskosloví a tvarosloví obecné češtiny – a také u nespisovného a expresivního lexika – nezřídka na úpravy rezignují; je to proto, že tady už jde o reprezentaci výrazného a osobitého kódu? Uvědomují si, že idiolekt některých mluvčích je s tímto kódem natolik těsně spjat, že by po odstranění těchto prostředků ztratili část své identity, že by přestali být – i v očích čtenářů – sami sebou?“<sup>59</sup>*

<sup>58</sup> Umění dialogu, s. 164

<sup>59</sup> Mluvená čeština, s. 334

Považuji za chybu, když novinář tento charakteristický znak osobnosti z rozhovoru **odstraní a nahradí** jej obecnou „bezpohlavní“ spisovností. Jako příklad uvedu politika Karla Schwarzenberga a jeho specifickou mluvu, se kterou si média občas neví rady.

Otázkou je, zda si současné publikum skutečně potrpí na **spisovný jazyk** nebo je pro něj důležitější obsah sdělení.

*„Za kritérium spisovnosti nelze považovat kultivovanost jazykového projevu; lze se vyjadřovat nekultivovaně a užívat přitom spisovných prostředků, stejně jako je možno mluvit nespisovně způsobem kultivovaným (např. Daneš 1969).“<sup>60</sup>*

Dalším činitelem je **žánr média**, kterému musíme rozhovor přizpůsobit – v Hospodářských novinách si nemůžeme dovolit tolik co v Blesku, a naopak. Zde se ukazuje kouzlo tiskových agentur, kdy si z jednoho stejného textu vytáhnou dvě žánrově odlišná média část, tedy to pro ně zajímavé, a vytvoří tak dva různé články. Ve výsledku jsou všichni jsou spokojeni.

Úpravy hrubého materiálu se ale samozřejmě týkají také **audiovizuálních záznamů**. Pokud nemáme rozhovor v přímém přenosu, je snadné materiál sestříhat tak, aby odpovídal novinářově představě. Ta se pochopitelně mnohdy výrazně rozchází s představou hosta.

#### 4.6.5 Manipulace kontextem

Přepsáním otázky si novinář může hodně přidat a z nevýrazného, plytkého dotazu udělat dotaz geniální. Můžeme díky tomu také **manipulovat s kontextem odpovědi**, kterou nám dal zpovídaný.

*„U jistého druhu čtenářů zbytečná podrobnost, která jen volně souvisí s tématem a bez níž by se čtenář snadno obešel, vzbudí jeho pozornost. Proto ji leckdy autor uplatní už v titulku, aby čtenáře získal pro četbu text.“<sup>61</sup>*

Tato metoda se používá s oblibou v bulvárním tisku. Většina titulků zde nekoresponduje s obsahem textu uvnitř článku.

Titulek: *„Odmítnutí! Gay Cibulka poníženy od Brožové. Proč?“<sup>62</sup>* tak například vychází z přímé řeči, kde se moderátor Cibulka vyjadřuje k seriálu, ve kterém hrál.

<sup>60</sup> Jazyk, norma, spisovnost, s. 97

<sup>61</sup> Jazyková dynamika současné publicistiky, s. 60

*"Třeba proto, že můj doktor Walek je celkem hajzlík a taky proto, že mou seriálovou maminkou je Regina Rázlová. A ještě k tomu v roli svádím Kateřinu Brožovou! Dlužno dodat, že neúspěšně."*<sup>63</sup>

Do citace samotné, tedy části ohraničené uvozovkami, lze ale zasahovat pouze z výše popsaných **gramatických důvodů**, maximálně vepsat nějaký **upřesňující detail** (datum, jméno). Měnit význam sdělení uvnitř citace už je napadnutelné u soudu.

*„Časté jsou případy, kdy jsou z přímé řeči uvedena pouze některá slova nebo slovní spojení. Vytržením z původního kontextu a vřazením do kontextu nového se tyto prvky dostávají do nových souvislostí. Publicista má odpovědnost za to, aby posunem citátových slov nezměnil jejich smysl.“*<sup>64</sup>

Někteří novináři, hlavně u portrétních rozhovorů, připisují do odpovědi **závorky** s tím, co dotazovaný právě dělal, např. (smích) nebo (dlouhé zamyšlení). Funkčně to přibližuje jeho osobnost čtenářům, kteří s ním v tu chvíli nebyli v místnosti, což je právě v případě portrétních rozhovorů cílem novináře.

## 4.7 Jazykové „nešvary“

Nešvarů v mluvené řeči si můžeme všimnout hlavně u rozhovorů audiovizuálních, čas od času se na ně ale dá narazit i v psaném textu. Budu teď psát o prohřešcích na straně novináře. Vyjadřování hosta během rozhovoru je součástí jeho osobnosti a jak s tím novinář může naložit jsem popsala výše.

### 4.7.1 Kliše

Asi nejrozšířenějším jazykovým „nešvarem“ vůbec je užívání **klišé**. Můžeme na ně narazit napříč všemi mediálními výstupy a to i v takzvaných seriózních médiích. Troufám si dokonce říci, že klišé jsou jedna z věcí, která rozhovory v bulvárních médiích a v těch seriózních spojuje.

---

<sup>62</sup> <http://www.ahaonline.cz/clanek/zhave-drby/106420/odmitnuti-gay-cibulka-ponizeny-od-brozove-proc.html>

<sup>63</sup> <http://www.ahaonline.cz/clanek/zhave-drby/106420/odmitnuti-gay-cibulka-ponizeny-od-brozove-proc.html>

<sup>64</sup> Jazyková dynamika současné publicistiky, s. 108

Zde například rozhovor se zpěvačkou Elis v **Mladé frontě**, kde novinářka v otázkách zaběhnutými klišé nešetří:<sup>65</sup>

„*Je pro vás důležité **zbavit se té nálepky?***“

„... *Řekněte, nikdy jste neměla touhu někoho za každou cenu **sbalit** jen proto, že vaše vrstevnice už **randily o sto šest?***“

V závěru přichází asi největší „průšvih“, na který dostala autorka odpověď stejné kvality:

Ona Dnes: „*Existuje odpověď na otázku, co chcete v životě nejvíc?*“

Zpěvačka: „*Být šťastná.*“

Rozhovory v Mladé frontě obecně přináší těchto módních výrazů a slovních spojení velké množství:

Ona Dnes: „*Nechci **malovat čerta na zed'**, ale máte takové kompetence, abyste zasáhla včas a předešla případnému **karambolu?***“<sup>66</sup>

Na klišé, expresivní a nespisovné výrazy se dá narazit i v Lidových novinách:

Lidové noviny: „*Knihu trefně doplňují fotografie Lubomíra Kotka a Jaromíra Čejky. Jak jste na ně **kápl?***“<sup>67</sup>

Příklady ustálených a populárních slovních spojení nabízí také časopis Týden:

„*To jsme v **začarovaném kruhu**, ne?*“<sup>68</sup>

Podle autorky knihy *Jazyková dynamika současné publicistiky* Bohumily Junkové je užívání klišé současnými novináři v pořádku a tato slova jsou zapotřebí. Junková argumentuje s tím, že stránky plní podobná témata a pro novináře by bylo „*obtížné vyjadřovat se ve všech případech originálně.*“<sup>69</sup>

## 4.7.2 Floskule

Souhrnně by se také dalo konstatovat, že současné rozhovory jsou prostoupeny **floskulemi**. Slovo vymyslel publicista **Vladimír Just** a označuje prázdná slova nebo slovní spojení, která častým užíváním ztratila obsah. Just floskuli definuje jako

<sup>65</sup> [http://ona.idnes.cz/elis-mrazova-rozhovor-0b1-/spolecnost.aspx?c=A150105\\_141607\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/elis-mrazova-rozhovor-0b1-/spolecnost.aspx?c=A150105_141607_spolecnost_jup)

<sup>66</sup> [http://ona.idnes.cz/marcela-krplova-ceska-miss-soutez-dr3-/spolecnost.aspx?c=A150310\\_215619\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/marcela-krplova-ceska-miss-soutez-dr3-/spolecnost.aspx?c=A150310_215619_spolecnost_jup)

<sup>67</sup> [http://www.lidovky.cz/ty-casy-zpatky-nehceme-0sj/lide.aspx?c=A150118\\_131837\\_lide\\_mct](http://www.lidovky.cz/ty-casy-zpatky-nehceme-0sj/lide.aspx?c=A150118_131837_lide_mct)

<sup>68</sup> Týden, 14/2015, str.46

<sup>69</sup> Jazyková dynamika současné publicistiky, s. 148

zakrývání prázdna frází. Snad nejčastěji slyšíme frázi „*je to o tom*“ nebo její variace: „*je to o něčem jiném*“. Jedná se o typický příklad **doslovného překladu**, kalku, z anglického slova „*about*“.

„*Tak se to rozmohlo, že to postihuje naprosto všechny vrstvy naší společnosti, od univerzitních profesorů, přes ministry, až po manuálně pracující či vůbec nepracující. Otomismus je mor už 20 let,*“<sup>70</sup> říká Vladimír Just, kterému vadí hlavně to, že slovní spojení je užíváno médii, která by přitom měla **jazyk kultivovat**.

Svatopluk Pastýřík tuto vazbu charakterizuje jako „*spojení dějového slovesa být s nedějovým podstatným jménem v předložkové vazbě.*“<sup>71</sup>

Ještě před pár lety se jednalo o **sémantický neologismus**, ale jak trefně poznamenává Věra Schmieďtová, nyní už patří do zaběnutého jazyka novinářů napříč všemi druhy médií.

Tento kalk se paradoxně velmi rozšířil, třebaže existují přirozené a jednoduché ekvivalenty. Větu „*Naše práce není to jen o zpěvu,*“ můžeme s klidným svědomím napsat také jako „*Práce muzikálového zpěváka nespočívá jen ve zpěvu*“, zmíněné slovní spojení je tedy možné nahradit tvarem slovesa *být*.

Dle Věry Schmieďtová se početné skupině lidí, kteří slovní spojení „*je to o tom*“ takto nadužívají, říká „*otomané*“.<sup>72</sup> V jejich řadách už dnes jsou jak vrcholní politici nebo erudovaní novináři, tak herečky a modelky.

Seriózní média dnes dokonce neváhají užít tuto frázi v titulcích k článkům. Nejčastěji se toto slovní spojení objevuje ve sportovních rubrikách.

Česká televize: „*Trenér roku Rybář: Není to o jednom člověku*“<sup>73</sup>

Lidové noviny: „*Není to o systému, ale o štěstí. A to my nemáme, zoufá brněnský Káňa*“<sup>74</sup>

### 4.7.3 Frazémy

Třebaže jsou frazémy v mediálních výstupech po jazykové stránce jistým oživením textu, je nutné rozlišovat, zda je frazém kvalitní a jak moc je originální případně aktuální. Novináři si totiž originální a módní slovní spojení s oblibou navzájem

<sup>70</sup> [http://www.rozhlas.cz/cesky/floskule/\\_zprava/je-to-o-tom-vladimir-just-o-floskulich-a-tzv-otomismu--1329284](http://www.rozhlas.cz/cesky/floskule/_zprava/je-to-o-tom-vladimir-just-o-floskulich-a-tzv-otomismu--1329284)

<sup>71</sup> Rozhovory o češtině, s.28

<sup>72</sup> Čeština, jak ji neznáte, str. 56

<sup>73</sup> <http://www.ceskatelevize.cz/sport/zimni-sporty/reportaze/301944-trener-roku-rybar-neni-to-o-jednom-cloveku/>

<sup>74</sup> [http://sport.lidovky.cz/neni-to-o-systemu-ale-o-stesti-a-to-my-nemame-zoufa-brnensky-utocnik-jan-kana-17g-/hokej.aspx?c=A140421\\_233311\\_ln-sport-hokej\\_lso](http://sport.lidovky.cz/neni-to-o-systemu-ale-o-stesti-a-to-my-nemame-zoufa-brnensky-utocnik-jan-kana-17g-/hokej.aspx?c=A140421_233311_ln-sport-hokej_lso)

„kradou“ a často se tak z originálního a vtipného novotvaru brzy stává výše zmíněná plytká floskule.

*„Frazém je ustálené spojení slovních tvarů, která vytvářejí nový význam. Tento význam není odvoditelný z významu jednotlivých slov ve frazému zapojených. ... Základní význam frazému však zůstává stejný.“<sup>75</sup>*

Stereotypní a již zaběhlé jazykové prostředky novinář dále přebírá od veřejně známých osobností, publikuje je, čtenář je bere za vlastní a „začarovaný kruh“ se uzavírá. Stále však i dnes vznikají i **funkční novotvary**, které potom souběžně koexistují vedle těch „otřepaných“.

Riziko stereotypu s sebou v médiích však nesou také oblíbená **lidová rčení a přísloví**, která jsou hojně užívaná a bohužel také značně neoriginální. Osvěžující pro jazyk je **aktualizování** již zaběhlých frazémů, protože ty čtenáři dobře znají, funkční vypuštění a vtipné nahrazení slovíček zde novinářům rádi odpustí.

*„Při aktualizaci se zvyšuje expresivita frazému a mění se jeho stylistická platnost.*

*Podobně probíhá i aktualizace vlastních jmen osob nebo nebo titulů literárních děl.“<sup>76</sup>*

Tyto jazykové hříčky už ale spoléhají na **čtenářovy znalosti**, bez kterých tuto aktualizaci pochopitelně nelze pochopit.

#### 4.7.4 Konverzacionalizace

„Nešvarem“, který můžeme v současné době pozorovat, je **konverzacionalizace** rozhovorů (viz. např. výše uvedený rozhovor Super.cz s biatlonistkou Evou Samkovou). Světla Čmejrková tento projev připisuje **demokratizaci diskurzu**. Podíváme-li se na rozhovory v komerčních televizích, v internetových médiích nebo posloucháme-li soukromá rádia, občas novináři s hosty hovoří **jako se sobě rovnými**.

Neodvažuji se soudit, zda je to dobře nebo špatně, je to podle mě spíš jakýsi přirozený vývoj se kterým nemá význam nijak dramaticky bojovat.

Přes to všechno, jedna věc zůstává – **novinář klade otázky a host odpovídá**; nějaký náznak hierarchie a jasně stanovených pravidel zde tedy stále existuje.

K nástupu všech těchto změn dochází **po roce 1989** a spolu s uvolněním společnosti přichází také uvolnění psaného a mluveného projevu médií (viz. Jazyková dynamika

<sup>75</sup> Čeština, jak ji neznáte, str. 34

<sup>76</sup> Jazyková dynamika současné publicistiky, s.203

současné publicistiky, s. 200). Vyjímkou není ani zařazování **sloviček převzatých** z cizích jazyků, hlavně z angličtiny.

*„Tendenci k silícímu jazykovému uvolnění, jež souvisí s ulamováním mocenských hrotů v institucionálních typech diskurzů, včetně mediálních, bohemisté i bohemistky pravidelně zaznamenávají, když sledují oslabování oficiálnosti, autoritativnosti a formálnosti mediálního vyjadřování a příklon k neoficiálnosti, neformálnosti a spontánnosti ... , když pozorují kolokvializaci veřejného mediálního diskurzu ... , která s jeho konverzacionalizací souvisí.“<sup>77</sup>*

Tvůrci pořadů zkrátka upouštějí od nudné statičnosti, neutrálnosti a upjatosti, chtějí mít rozhovory akční. Na obrazovkách a v rádiích proto čím dál častěji slyšíme prvky **familiérnosti, kolokviálnosti** (účastníci rozhovoru se nezděraňují užívat nespisových prvků nebo uvolněné syntaxe, viz. Kraus) a nešetří se **expresivními** ani **kontaktovémi výrazy**.

To všechno se zařazuje do médií proto, aby pořad diváka oslovil, příjemně naladil, aby měl pocit přátelství a že se vysílá jen pro něj a kvůli němu. Zdaleka se to neděje jen v soukromých médiích, tento způsob vystupování se začíná usazovat i v těch **veřejnoprávních**.

*„Takové kontaktní repliky a konverzační výplně, často až blábolivé, a místy i nejapné, byly ještě na počátku 90. let příznačné jen pro soukromá média, která byla takovým slovním balastem vyhlášená. Konverzacionalizace médií ovšem od té doby postoupila tak daleko, že ovládla i média veřejnoprávní, jejichž moderátoři jsou postupem času čím dál uvolněnější, bezprostřednější a někdy i upovídanejší.“<sup>78</sup>*

Novináři tedy uměle vytváří atmosféru přátelské důvěrnosti za pomoci vokativních oslovení, **imperativů** („*ted' nepřepínejte*“), **deminutiv** („*sluníčko*“), **klišé** („*třešnička na dortu*“), **floskulí** („*je to o tom*“) a **módních výrazů** („*klausismy*“). Požadován je živý projev, proto svoji řeč novinář prokládá **hovorovými prvky** („*pracuju*“), **obraznými výroky** („*žili pod jednou střechou*“) a **frazeologismy** („*chytat lelky*“).

<sup>77</sup> Mluvená čeština, s. 282, 283

<sup>78</sup> Styl mediálních dialogů, s. 45

#### 4.7.5 Vliv médií na český jazyk a společnost

Je třeba brát ohled na to, že média mají dnes značný **vliv na český jazyk**, myšleno na řeč, kterou užívají lidé běžně v hovorech mezi sebou. Média formují současnou mluvu a je proto důležité držet ji v mediálních výstupech **kvalitativně co nejvýše**. Na druhou stranu je pravda, že média sama se jen řídí poptávkou a snaží se lidem nabídnout to, **co si sami žádají**.

Novinář si musí být během svého projevu vědom, že hovoří **v souladu s komunikačními normami**, které se od něj očekávají (Jazyk, norma, spisovnost, str. 119, 120). Tedy jestliže společnost očekává kultivované vyjadřování, přijme jej novinář za závazné. Pokud společnost očekává méně formální vystupování, jelikož obliba spontánnosti nyní vzrostla, měl by se novinář přizpůsobit. Odezva diváků novináře motivuje k pokračování v této činnosti a na obou stranách tak může dojít k uspokojení.

*„Média a společnost v každém případě dosáhly stavu oboustranně ‚prospěšné‘ symbiózy, v níž média parazitují na předpokládaných potřebách a hodnotách společnosti a společenské potřeby a hodnoty se řídí do značné míry právě médii. V tomto symbiotickém kruhu se ocitá i jazyk.“<sup>79</sup>*

S rozšířením těchto konverzačních žánrů a polo nebo nepřipravených projevů, souvisí také odlišné nazírání na **výslovnostní pravidla**. Co se děje v mluvené řeči se pochopitelně promítá i do té psané a my proto také můžeme sledovat **uvolňování psaného projevu**, který se čím dál víc snaží o neformálnost a familiérnost. V důsledku to vede k **rozšiřování obecné češtiny** ve sdělovacích prostředcích a potažmo mezi lidmi samotnými. Populární veřejně známé osobnosti (např. moderátoři soukromých rádií a televizí) sází na spontánnost a dopomáhají si **hovorovým** nebo také **nepisovným jazykem**. Ten ale mnohdy nemusí být společností považován za problém.

*„Bezprostřednost a spontánnost mohou být (a u některých českých mluvčích jsou) v souladu s kultivovaností, nejsou však v zásadě v souladu s vyjadřováním spisovným,“<sup>80</sup>* píše autorka Iva Nebeská.

Jak jsem již zmínila, domnívám se, že **vývoj** je přirozený. „Je přirozené, že do spisovného jazyka pronikají slova a tvary z centrálního útvaru běžně mluveného,

<sup>79</sup> Mluvená čeština, s. 280

<sup>80</sup> Jazyk, norma, spisovnost, str. 129



*většinou nejdřív jako stylisticky příznakové prostředky hovorové, z nichž některé se pak dostanou i do vrstvy stylově neutrální.*“<sup>81</sup>

Úděl novináře je samozřejmě ten, že by si neměl dovolit tolik, co jeho host. Souvisí to s faktem, že rozhovor je pozičně nevyrovnaný a novinář v něm zastupuje veřejnost.

Přinejmenším **slušné vyjadřování** je tedy od jeho pozice jaksi očekáváno.

Přes to všechno ale má většina Čechů ke **spisovnému jazyku** kladný vztah, považují jej za **kulturní hodnotu** národa (**uchovávací funkce**) a je použitelný ve všech regionech (**integrační funkce**). Ten, kdo se vyjadřuje spisovně, má zpravidla ve společnosti **prestiž a uznání** (viz. Jazyk, norma, spisovnost, str. 91, 107). Proto je pro Čechy nepředstavitelné, že by se například v hlavní zpravodajské relaci veřejnoprávní televize mluvilo jinak než distingovaně a spisovně. Spisovný jazyk je v podvědomí národa stále **vzbuzuje důvěru** a informace jím sdělované mají **větší hodnověrnost**.

Autoři knihy *Čeština bez příkras* tvrdí, že spisovný útvar je nadřazený funkčně, zatímco obecná čeština je **nadřazena kulturně**. Důvodem je to, že spisovná čeština nemá **tendenci se vyvíjet**, zaposloucháme-li se však do „neformálních“ forem češtiny, najdeme „perly“, na které se často zapomíná nebo které nedostávají prostor veřejně se projevit. Spisovná čeština se totiž poměrně dramaticky liší od jazyka národního, tedy od češtiny, která se mezi lidmi běžně každodenně užívá. Zřejmě proto jsou novináři, kteří v médiích „**mluví, jak jim zobák narost**,“ nepřijímání lingvisty a konzervativními lidmi s nadšením. Málokdo si ale uvědomí, že oni vlastně dělají jen to, co je jim nejpřirozenější. Hovoří tak, jak na ně mluvila jejich maminka. Kniha *Čeština bez příkras* trefně spisovný jazyk označuje jako „muzeum“ (*Čeština bez příkras*, s. 76).

Tím nechci postavení spisovného jazyka shazovat, naopak jsem toho názoru, že je třeba **naši mateřštinu posilovat**. Vlivy anglicky mluvících zemí jsou přeci už teď jasně patrné. Náš jazyk je ale nutné upevňovat „*tím, že budeme podporovat přirozeně existující tendenci k jeho obohacování ze zdrojů běžně mluvené řeči.*“<sup>82</sup>

V práci už jsem zmiňovala, že autorka Iva Nebeská poukazuje na to, že do popředí se v současnosti klade úspěšnost, **efektivnost komunikace**, ne její forma. Výběr komunikačních prostředků, tedy spisovnost nebo nespisovnost, se této úspěšnosti jen podřizuje (Jazyk, norma, spisovnost, str. 121).

---

<sup>81</sup> *Čeština bez příkras*, s. 78

<sup>82</sup> *Čeština bez příkras*, s. 76

V současné době je nutné odlišovat pojmy jazyková kultura a kultura řeči. **Jazyková kultura** je úroveň vyjadřování a je podpořena vzděláním a četbou. Zahrnuje péči o spisovný jazyk a nesouvisí jen s jazykovou správností, ale také se srozumitelností a vhodností vzhledem k adresátovi. Vyvinula se z ní **kultura řeči**. Ta se nezabývá aktuálním stavem jazykových norem, ale užíváním řeči jako takové. Kniha Čeština bez příkras hovoří o tom, že víc než na jazykovou správnost a spisovnost by měl být kladen důraz na správné formulace a jejich srozumitelnost, tedy na kulturu myšlení a potažmo kulturu sdělování.

*„Kultivovanost projevu se neměří tím, jak mluvčí ve vnější podobě projevu respektuje předpisy, formulované někdy bez hlubšího opodstatnění.“<sup>83</sup>*

## 5. Důsledky, které z chyb plynou

Média dnes na své příjemce mluví **jiným jazykem než dříve**. **Serióznost** ustupuje do pozadí a je na ni pohlíženo jako na „nudnou“. Články, včetně rozhovorů, se **zkracují**. Počítá se s tím, že dnešní čtenář se není schopen dlouho koncentrovat, vítaná je proto stručnost, akčnost a neformálnost. To se týká i jazyka, kterým na nás osobnosti z interview mluví a následný **vliv na současnou mluvu** Čechů je pouze jeho důsledkem.

Rozhovory dnes „táhnou“ a jak bylo zmíněno výše, žijeme v „**době interview**“ a informace se příjemci lépe vstřebá, pokud je dostane z úst třetí osoby.

S rozmachem interview ale souvisí také **glorifikace lidí**, kteří nic významného nedokázali. Často čteme rozhovor a nevíme z jakého důvodu – modelky, seriálové herečky, muzikáloví zpěváci nebo blogerky, zkrátka tyto „pseudocelibrity“, dnes plní stránky časopisů, přestože lidem ve své podstatě **nemají co říci**. Média mají na své příjemce velký vliv a jsou schopna vytvořit falešnou představu o tom, co je a není důležité, respektive **kdo je** a **kdo není** důležitý.

Zde bych zdůraznila velký vliv **reklamy**, která ač nemusí být vidět, vždy stojí v pozadí a hýbe „figurkami“. Příjemci sdělení je tedy **skrze nějakou osobnost podsouván produkt** a rozhovor je využíván jako velmi funkční prostředek.

Jako důsledek bych znovu uvedla termín „**inface blábolení**“ (Mluvená čeština, s. 309). Příjemce těchto rozhovorů s „celebritami“ o produktech, které svým obličejem

---

<sup>83</sup> Čeština bez příkras, s. 70

prodávají, je zkrátka zahlcen. Zahlcen informacemi, které nepotřebuje a možná o ně sám nestál; jsou mu podsunuty.

Závěrem bych napsala, že málokterý rozhovor, který dnes veřejně vyjde v jakémkoli médiu, je vytvořen bez **skrytého reklamního úmyslu**. Každý rozhovor dnes něco prodává. Potom záleží jen na jeho příjemci jak s touto reklamou naloží.

## 6. Obecné závěry

Každý typ média má **své specifické postavení** v současném světě komunikací a každé toto médium má trochu jiné spektrum čtenářů a posluchačů. Zatímco internet je doménou spíše mladší generace, střední generace upřednostňuje tištěná média, a televize a rozhlas mají své příjemce mezi střední a starší generací. Jiná média budou sledovat ženy na mateřské dovolené, jiná manuálně pracující občané a jiná intelektuálové. Proto pojem „**chybovost**“, se kterým teď budu pracovat, je velmi relativní a důvody jsem popsala výše.

K napsání práce jsem prostudovala **přibližně 400 rozhovorů**. Sledovala jsem politické debaty i zábavné pořady, četla tzv. bulvární média i tzv. seriózní, a poslouchala veřejnoprávní i soukromá rádia.

Přibližně **25%** rozhovorů mělo nevyhovující kvalitu a výraznou chybovost. **50%** rozhovorů mělo průměrnou chybovost odpovídající typu média a **25%** rozhovorů bylo vedeno vysoce odborně a kvalifikovaně.

Obecně lze říci, že nejméně nešvarů a chybovosti v rozhovorech se objevuje v **tištěných verzích** tzv. seriózních novin, jejich internetové mutace jsou na tom ale o něco hůře. U **časopisů** se jedná přibližně o každý pátý rozhovor s chybou.

Kvalita rozhovorů v **TV a rozhlase** je dána tím, jedná-li se o přímé přenosy nebo předem natočené pořady. Výrazně hůř dopadla soukromá média ve srovnání s veřejnoprávními. Zatímco veřejnoprávní vysílání obecně bylo bez výrazných chyb, soukromé televize a rádia měla chybovost téměř 100%.

Zde je nutno brát v potaz **rozdíl mezi mluveností a psaností**, potažmo také **spisovností** a **nepisovností**, jak jej popisuje Jana Hoffmannová (viz. Stylistika a...) a který jsem zmínila v začátku své práce. Právě toto může být jeden z důvodů, proč mají obecně

texty psané menší chybovost a větší kvalitu než rozhovory audiovizuální. Moje tvrzení podporuje také autorka Iva Nebeská v publikaci *Jazyk, norma a spisovnost* (str. 125). Audiovizuální rozhovory mají menší prostor pro autokorekci novináře a ten svůj projev přirozeně „obohacuje“ vycpávkovými slovy nebo tolik nehledí na větnou syntaxi.

*„Mluvené projevy mívají tematiku jednodušší a jsou orientovány především na vztahy partnerů, na sociálně-psychologické a pragmatické složky komunikace ...“<sup>84</sup>*

Co do kvality vedení rozhovorů dominovaly v pozitivním slova smyslu **osobnosti zkušených, osvědčených žurnalistů.**

**Internet** jako médium je kvalitou vedení rozhovorů někde uprostřed. 50% procent rozhovorů odpovídá svou kvalitou jak po jazykové stránce, tak po stránce formálního vedení rozhovoru, a jedná se většinou o oficiální webové stránky již zaběhlých médií. 50% je nevyhovujících a jedná se převážně o bulvární servery nebo o webové stránky „amatérského“ typu několika „zapálených nadšenců“, tedy o média s nízkou odbornou úrovní jejich redaktorů.

## 7. Závěr

Ve své bakalářské práci s názvem „Jazykové nešvary v současném českém interview“ jsem se zaměřila na chyby, které novináři dělají ve vedení rozhovoru a také v jeho následném zpracování.

Prošla jsem na čtyři sta aktuálních rozhovorů v různých médiích a to jak seriózní tak bulvární povahy. Na vybrané kusy jsem aplikovala chyby, které popisují autoři odborné literatury a také chyby, na které jsem sama narazila během výkonu svého povolání.

Ve své práci jsem pojmenovala chyby jak jazykové, tak komunikační povahy a protože vím, že komunikace jako taková souvisí s psychologií, věnovala jsem se v práci rozhovoru také po této stránce.

V závěru tak můžu napsat, že jazyk rozhovoru se s lety mění a technika má vliv také na kvalitu novinářské práce. Žánr se mění spolu s lidmi a s jejich potřebami, přizpůsobuje se jejich životnímu stylu. Jsem si také vědoma toho, že zmíněné „nešvary“ souvisejí se zmíněným pracovním tempem současného novináře a s dobou, ve které

---

<sup>84</sup> Stylistika a..., s. 77

žijeme. Nelze říci, zda je to dobře nebo špatně, rozhovor a také řeč, kterou k nám skrze něj osobnosti mluví, je pouze jiná.

Sama vím, že v praxi je pro mě těžké se některým z chyb vyhnout, třebaže jsem si jich nyní dobře vědoma. Cílem mé práce tedy bylo na některé nedostatky upozornit a probudit i v mých kolezích povědomí o nich.

## Summary

„Questioning is religiousness of thought.“

Martin Heidegger

The bachelor thesis „Language mistakes that czech journalists makes in a present interview“ is dedicated to a journalistic genre of interview in a form that presents contemporary Czech media. The purpose of this work is to find the most often repeated mistakes that contemporary journalists make in a whole creative process of interview. There is pointed not only on language mistakes, but also on mistakes in communication in a way of conduction the interview. That is the reason why is an interview studied also as the most natural method of personality psychology. For this purpose are used Grada publishing's books there. They explain basic rules of communication and in an educative way presents how to ideally act on a communication partner.

Interview as a journalistic genre is described there also across the time and a part of the thesis deals with history of interview before development of technology. As a main source there is used the book „Art of an interview“ issued in 1973. In it's time the book was very useful for journalists and it describes very well that time's society and it's opinions.

The thesis deals with all forms of interview that appears on the contemporary Czech media market. That means not only newspaper, magazine, internet, television and radio production, but also across genres of this medias. In contrast there stands how the interview is done by serious medias and by the tabloid ones. The work investigates if there is some qualitative difference between them.

In practical part of this work are described often repeated mistakes in contemporary interviews. The claims are supported by professional literature written by authors Jana Hoffmanová, Olga Müllerová, Světlá Čmejrková or Bohumila Junková.

The thesis is closed with quantitative analysis of mistakes by parameters described in a practical part of work.

## Použitá literatura

### Literatura

BARTÁK, Matěj, VEBROVÁ, Jitka, Mgr., RYCHLÁ, Renata, kolektiv autorů a konzultantů. *Nový slovník cizích slov pro 21. století*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Plot, 2008. Str. 156. ISBN 978-80-86523-89-7

ČMEJRKOVÁ, Světlá a HOFFMANNOVÁ, Jana. *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Academia, 2011. Str. 255, 257, 270, 280, 282, 283, 285, 309, 334. ISBN 978-80-200-1970-7

ČMEJRKOVÁ, Světlá; HAVLÍK, Martin; HOFFMANNOVÁ, Jana; MÜLLEROVÁ, Olga; ZEMAN, Jiří. *Styl mediálních dialogů*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Academia, 2013. Str. 45, 101. ISBN 978-80-200-2267-7

HOFFMANNOVÁ, Jana. *Stylistika a....* 1. vyd. Praha: TRIZONIA, spol. s r.o., 1997. Str. 51, 77. ISBN 80-85573-67-9

JIRÁK, Jan, NEKVAPIL, Jiří, ŠOLTYS, Otakar. *Jazyk ve společenském kontextu. Základy jazykovědy pro studenty sociálních věd*. 2. doplněné vyd. Praha: Universita Karlova, Vydavatelství Karolinum, 1996. Str. 71, 80. ISBN 80-7184-210-9

JUNKOVÁ, Bohumila. *Jazyková dynamika současné publicistiky*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Arsci, 2010. Str. 60, 107, 108, 148, 203. ISBN 978-80-7420-007-6

NEBESKÁ, Iva. *Jazyk, norma, spisovnost*. 1. vyd. Praha: Universita Karlova, Vydavatelství Karolinum, 1996. Str. 97, 109, 129. ISBN 80-7184-144-7

OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. Str. 93. ISBN 978-80-7277-266-7

OSVALDOVÁ, Barbora a KOPÁČ, Radim. *Rozhovory o interview*. 1. vyd. Universita Karlova v Praze: Nakladatelství Karolinum, 2009. Str. 38, 40, 41, 42, 43, 51, 70, 71, 72, 130, 150, 151, 152. ISBN 978-80-246-1618-6

PASTÝŘ, Svatopluk. *Rozhovory o češtině*. 1. vydání. Liberec: Nakladatelství Bor, 2012. Str. 28, 182. ISBN 978-80-86807-98-0

PLAMÍNEK, Jiří. *Komunikace a prezentace. Umění mluvit, slyšet a rozumět*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. Str. 118, 119, 121. ISBN 978-80-247-2706-6

ŘÍČAN, Pavel. *Psychologie osobnosti. Obor v pohybu*. 6., revidované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. Str. 33. ISBN 978-80-247-3133-9

SGALL, Petr, HRONEK, Jiří. *Čeština bez příkras*. 2. vydání. Praha: Universita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 2014. Str. 70, 76, 78. ISBN 978-80-246-2459-4

SCHMIEDTOVÁ, Věra. *Čeština, jak ji neznáte*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2010. Str. 34, 46, 56. ISBN 978-80-7106-990-4

ŠPAČKOVÁ, Alena. *Umění dialogu. Jak si s lidmi opravdu porozumět*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. Str. 11, 73, 85. ISBN 978-80-247-3810-9

ŠTORKÁN, Karel; BAUMAN, Milan a kol. *Umění interviewu*. 2. svazek Knihovničky NOVINÁŘE. 1. vyd. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1973. Tém. Skupina 02/70. 49048/73. Str. 62, 140, 148, 152. ISBN neuvedeno.

ŠVEHLA, Marek. *S Miroslavem Kalouskem o chybách pravice, novinářích u plné misky a mazácích v jeho straně*. In: RESPEKT. 14. 2015: 30.3. – 6.4. Str. 38. ISSN 1801-1446

TÝDEN, 30. března 2015, 14/2015, str. 46

#### *Elektronické zdroje*

Aha. Internetová verze deníku, Ahaonline.cz. In: *Odmítnutí! Gay Cibulka poníženy od Brožové. Proč?* (on-line). 2015-4-7 (cit. 2015-4-20). Dostupné z: <http://www.ahaonline.cz/clanek/zhave-drby/106420/odmitnuti-gay-cibulka-ponizeny-od-brozove-proc.html>

ČERVINKOVÁ, Radka. Mladá fronta DNES, internetová verze deníku. Příloha OnaDnes. In: *Zpěvačka Elis: Děti jsou můj sen, ale muž v něm nutně být nemusí* (on-line). 2015-1-19 (cit. 2015-4-15). Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/elis-mrazova-rozhovor-0b1-/spolecnost.aspx?c=A150105\\_141607\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/elis-mrazova-rozhovor-0b1-/spolecnost.aspx?c=A150105_141607_spolecnost_jup)

ČERVINKOVÁ, Radka. Mladá fronta DNES. Internetová verze deníku, iDNES. Příloha OnaDnes. In: *Šéfká Miss: Vadí mi, že národ soutěž vnímá jako blondýny v plavkách* (on-line). 2015-3-26 (cit. 2015-4-15). Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/marcela-krplova-ceska-miss-soutez-dr3-/spolecnost.aspx?c=A150310\\_215619\\_spolecnost\\_jup](http://ona.idnes.cz/marcela-krplova-ceska-miss-soutez-dr3-/spolecnost.aspx?c=A150310_215619_spolecnost_jup)

Česká televize. Webové stránky České televize, rubrika Sport. Zimní sporty, reportáže. In: *Trenér roku Rybář: Není to o jednom člověku* (on-line). Cit. 2015-4-26. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/sport/zimni-sporty/reportaze/301944-trener-roku-rybar-neni-to-o-jednom-cloveku/>

Česká televize. Pořad Na plovárně s Karlem Hvížd'alou. In: Webové stránky České televize, stránky a archiv pořadu (on-line). Datum odvysílání pořadu: 2011-5-8 (cit. 2015-4-14). Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093836883-na-plovarne-s-karlem-hvizdalu/211522160100019-karel-hvizdala/video/>

Česká televize. Pořad Otázky Václava Moravce. In: Webové stránky České televize, stránky a archiv pořadu (on-line). Datum odvysílání pořadu: 2015-3-22 (cit. 2015-4-19). Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/215411030500322/video/>

Český rozhlas. Radiožurnál. Host Radiožurnálu. In: Archiv pořadu, rozhovor s hercem Marošem Kramářem (on-line). 2014-10-26 (cit. 2015-3-24). Dostupné z: <http://prehravac.rozhlas.cz/audio/3237144>



DENČEVOVÁ, Ivana, PETÁKOVÁ, Helena. Český rozhlas. Internetový portál Českého rozhlasu, rubrika o češtině. Česky a hezky. In: *Je to o tom. Vladimír Just o floskulích a tzv. otomismu* (on-line). 2014-3-21 (cit.2015-3-20). Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/cesky/floskule/zprava/je-to-o-tom-vladimir-just-o-floskulich-a-tzv-otomismu--1329284>

Evropa 2. Internetová verze soukromého rádia, Evropa2.cz. Archiv pořadu Musich Chart. In: *Michal Malátný byl hostem Evropy 2 Musich Chart* (on-line). 2015-1-30 (cit. 2015-4-6). Dostupné z: <http://www.evropa2.cz/mp3-archiv/michal-malatny-byl-hostem-evropy-2-musich-chart-17864>

FRAJTOVÁ, Marie. Lidové noviny. Internetová verze deníku, Lidovky.cz. In: *Umakart, klíče na krku. Autor představuje knihu o časech, které už nechceme* (on-line). 2015-1-18 (cit. 2015-4-8). Dostupné z: [http://www.lidovky.cz/ty-casy-zpatky-nehceme-0sj-/lide.aspx?c=A150118\\_131837\\_lide\\_mct](http://www.lidovky.cz/ty-casy-zpatky-nehceme-0sj-/lide.aspx?c=A150118_131837_lide_mct)

Instinkt. Internetová verze časopisu Instinkt, Instinkt.tyden.cz. In: *Karel Roden: Nechci říkat stejné věci* (on-line). 2013-11-7 (cit. 2015-3-25). Dostupné z: [http://instinkt.tyden.cz/rubriky/rozhovor/karel-roden-nehci-rikat-stejne-veci\\_27227.html](http://instinkt.tyden.cz/rubriky/rozhovor/karel-roden-nehci-rikat-stejne-veci_27227.html)

inStory.cz. Rubrika Zprávy. In: *Trapas nebo blbost Jana Krause? Tohle si mohl moderátor opravdu odpustit!* (on-line). 2015-3-16 (cit. 2015-4-17). Dostupné z: <http://www.instory.cz/934-trapas-nebo-blbost-jana-krause-tohle-si-mohl-moderator-opravdu-odpustit.html>

Lidové noviny. Internetová verze deníku, Lidovky.cz. Rubrika Sport. In: *Není to o systému, ale o štěstí. A to my nemáme, zoufá brněnský Káňa* (on-line). 2014-4-21 (cit. 2015-4-26). Dostupné z: [http://sport.lidovky.cz/neni-to-o-systemu-ale-o-stesti-a-to-my-nemame-zoufa-brnensky-utocnik-jan-kana-17g-/hokej.aspx?c=A140421\\_233311\\_In-sport-hokej Iso](http://sport.lidovky.cz/neni-to-o-systemu-ale-o-stesti-a-to-my-nemame-zoufa-brnensky-utocnik-jan-kana-17g-/hokej.aspx?c=A140421_233311_In-sport-hokej Iso)

HAVRÁNEK, Josef. Mladá fronta DNES. Internetová verze deníku. blog.idNES.cz. Blog Josefa Havránka, (josefhavranek.blog.idnes.cz). In: *"Honzo, ty také hraješ..."* (on-line). 2015-3-16 (cit. 2015-4-17). Dostupné z: <http://josefhavranek.blog.idnes.cz/c/453956/honzo-ty-take-hrajes.html>

PECHÁČKOVÁ, Alena. Lidové noviny. Internetová verze deníku, Lidovky.cz. In: *Se svým nástupcem jsem spokojený. Doporučil jsem ho, říká šéf baletu Zuska* (on-line). 2014-12-29 (cit. 2015-4-8). Dostupné z: [http://www.lidovky.cz/se-svym-nastupcem-jsem-spokojeny-doporučil-jsem-ho-rika-sef-baletu-zuska-1qn-/lide.aspx?c=A141223\\_153714\\_lide\\_ape](http://www.lidovky.cz/se-svym-nastupcem-jsem-spokojeny-doporučil-jsem-ho-rika-sef-baletu-zuska-1qn-/lide.aspx?c=A141223_153714_lide_ape)

ROZŠAFNÁ, Michaela. Pražský deník. Internetová verze deníku, Prazsky.denik.cz. In: *Leona Machálková: Drákula mi otevřel spoustu dveří* (on-line). 2013-2-15 (cit 2015-4-2). Dostupné z: [http://prazsky.denik.cz/kultura\\_region/leona-machalkova-drakula-mi-otevrel-spoustu-dveri-20130215.html](http://prazsky.denik.cz/kultura_region/leona-machalkova-drakula-mi-otevrel-spoustu-dveri-20130215.html)

ROZŠAFNÁ, Michaela. Pražský deník. Internetová verze deníku, Prazsky.denik.cz. In: *Lucie Pernetová: Voskovec a Werich jsou pro nás až příliš dobří* (on-line). 2014-10-17

(cit 2015-4-2). Dostupné z: [http://prazsky.denik.cz/kultura\\_region/lucie-pernetova-voskovec-a-werich-jsou-pro-nas-az-prilis-dobri-20141017.html](http://prazsky.denik.cz/kultura_region/lucie-pernetova-voskovec-a-werich-jsou-pro-nas-az-prilis-dobri-20141017.html)

TUREK, David. Blesk.cz. Internetová verze deníku Blesk, Blesk TV. In: *Šebrle o Kratochvílové: Je to první ženská, se kterou nechci spát!* (on-line). 2015-4-12 (cit. 2015-4-18). Dostupné z: <http://tv.blesk.cz/video/2301014/sebrle-o-kratochvilove-je-to-prvni-zenska-se-kterou-nechci-spat.html>

VESELOVSKÝ, Martin. Aktuálně.cz. DVTV. In: *Lžu, ale kultivuji bulvár, tvrdí Novotný* (on-line). 2015-3-26 (cit. 2015-4-2). Dostupné z: <http://video.aktualne.cz/dvtv/lzu-ale-kultivuji-bulvar-tvrdi-novotny/r~4f05f722d3cd11e4890a0025900fea04/>

WOLFOVÁ, Gabriela. Super.cz. In: *Zlatá Eva Samková je stále sama: Jak je možné, že tahle kočička nikoho nemá?* (on-line). 2015-4-16 (cit. 2015-4-20). Dostupné z: <http://www.super.cz/celebrity/eva-samkova/345053-zlata-eva-samkova-je-stale-sama-jak-je-mozne-ze-tahle-kocicka-nikoho-nema.html>

WOLFOVÁ, Gabriela. Super.cz. In: *Co na to říkáte? Hvězda Sněženek a machrů si pořídila bundu, se kterou by mohla řídit dopravu, nebo jít rovnou k popelářům* (on-line). 2015-4-18 (cit. 2015-4-20). Dostupné z: <http://www.super.cz/343782-co-na-to-rikate-hvezda-snezenek-a-machru-si-poridila-bundu-se-kterou-by-mohla-ridit-dopravu-nebo-jit-rovnou-k-popelarum.html>

YouTube.cz. Kanál Show Jana Krause. In: *Co jste neviděli v Show Jana Krause 19. 10. 2012* (on-line). Video publikováno 2012-10-19 (cit. 2015-4-17). Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=PSBSzLCppfs>

YouTube.cz. Kanál Show Jana Krause. In: *3. Angel Wicky - Show Jana Krause 11. 3. 2015* (on-line). Video publikováno 2015-3-11 (cit. 2015-4-17). Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=d1NyHdvVB78>

ZELINKOVÁ, Lucie. Metro. Internetová verze periodika, Metro.cz. In: *Karel Roden: Do divadla moc nechodím. Stydím se za to* (on-line). 2012-5-2 (cit. 2015-4-4). Dostupné z: [http://www.metro.cz/karel-roden-do-divadla-moc-nechodim-stydim-se-za-to-fsf-/metro-extra.aspx?c=A120502\\_100255\\_co-se-deje\\_ava](http://www.metro.cz/karel-roden-do-divadla-moc-nechodim-stydim-se-za-to-fsf-/metro-extra.aspx?c=A120502_100255_co-se-deje_ava)