

SVĚTLA ČMEJRKOVÁ, MARTIN HAVLÍK, JANA HOFFMANNOVÁ,
OLGA MÜLLEROVÁ, JIŘÍ ZEMAN, STYL MEDIÁLNÍCH
DIALOGŮ, Praha: Academia, 2013, 314 s.

Publikace je zasvěcena dialogům, jež denně nebo v pravidelných intervalech můžeme sledovat ve veřejnoprávních elektronických médiích, tzn. v České televizi a v Českém rozhlasu. Sledovaný a analyzovaný korpus mediálních dialogů obsahuje jednak komunikáty řečových – doufejme – profesionálů (moderátorů) s hosty (politiky, experty z různých vědních nebo technických oborů, reprezentanty zábavního průmyslu), jednak dialogy probíhající mezi hosty navzájem a/nebo mezi nimi a diváky formou odpovědí na dotazy.

Po zevrubném teoretickém pojednání o základních, výchozích pojmech, jako jsou styl mluvených projevů, dialog, typy dialogů (informativní, politický, zábavný, „blábolivý“ a *talk show*), následují kapitoly, v nichž je analyzován styl zpravodajský, a to na materiálu ranních interview v Radiožurnálu Českého rozhlasu, předpovědi počasí tamtéž, ale také styl pořadů publicistických, v nichž stěžejní roli hraje rozhovor s politiky a především jejich snaha o „zachování tváře“ jakýmikoli prostředky a strategiemi v případě méně příjemných dotazů a v kritických situacích vůbec, ale také styl tzv. partnerských tzn. přátelských rozhovorů.

Publicistickému stylu je věnována především sedmá kapitola: je vyhrazena analýze dialogizovaného formátu pořadů publicistických zábavných (zábavních), jako je *talk show*, žánr v české televizi dávno osvědčený (*Hovory H*, *Křeslo pro hosta* apod.), nicméně jeho forma (a formát) v současnosti doznal výrazné proměny – je totiž téměř „doslovnou“ kopií pořadů severoamerických a je podřízen požadavku zábavnosti (někdy za každou cenu).

Následující kapitola rekapituluje strategie, jimiž se publicistické a zábavné dialogy vyznačují, a to především únikové a obranné taktiky politiků, ale také mnohých hostů v agresivních formátech *talk show*. Klasifikuje různé typy intertextuality, citáty, parafráze, aluze apod.

Autoři přitom studují různé typy interakce v široké škále od zdvořilé výměny názorů po agresivní polemiku, hádku. Sledují řečovou kulturu participantů, evasivní techniky, „blábolivé“ rozhovory, tak časté v politickém diskursu. Průběžně věnují pozornost zajímavému fenoménu „skákání do řeči“ (v kap. 9), jimiž hlavně politikové opakovaně porušují veškeré zásady (nejen veřejné) ohleduplné společenské konverzace: Griceův kooperační princip a jeho maximy, hlavně relevance a zdvořilosti.

V další kapitole jsou shrnuty typické a nejnápadnější vlastnosti současné kultury vedení dialogu podle jednotlivých jazykových rovin (lexikální, morfologické a syntaktické) s ohledem na míru nespisovnosti a na zvyšující se toleranci percipientů vůči ní (konečně, Faircloughem a Lemkem popsána globální diskursivní tendence ke konverzacionalizaci se nevyhýbá ani českých médiím). Jedenáctá kapitola se zabývá typickými výslovnostními projevy v současných mediálních dialozích.

Celková koncepce publikace má promyšlenou strukturu: zevrubně probírá, analyzuje a popisuje podstatné rysy mediálního dialogu, který patří k žánrům atraktivním a v několika variantách postupujícím masmediální diskurs. Forma dialogu, zvláště veřejného, a přesto mnohdy spontánního, však klade na participanty vyšší nároky. Přínosem publikace je tedy významné rozšíření znalostí o současném stavu kultury řeči v masových médiích. Případové studie v této publikaci obsažené významně přispívají k popisu skutečného stavu českých řečových aktů právě proto, že nejsou pouhými spekulacemi, jak je tomu v některých jazykovědných studiích. Chloupkova premisa, že „publicistika je polem jazykového vývoje“, platí stále, a tak si žurnalistický styl zaslouží pečlivou pozornost odborníků, jak je tomu v této publikaci. Publikace kromě toho reflektuje současný stav nadnárodního bádání v této oblasti a poskytuje v mnoha pasážích komparaci signifikantních projevů současných masmediálních tendencí.

HANA SRPOVÁ