

Grilling politikov v mediálnom dialógu s moderátorom

Jaroslav BUČEK

Grilling Politicians in Media Dialog with TV Host

Abstract: In this paper we present and compare some results of the researches that have dealt with profession of a speaker, politicians, drafting the demands their should perform. The communication of the anchor in massmedia communication presents the results of the team that participates in mass (mostly media) communication. There is significant difference between position of politicians and of a moderator in mass media dialogue. Grilling, infotainment and confrontainment are gaining ground and taking prominent place.

Key Words: Moderator, Politician, Media dialogue, Massmedia, Interview, Communication, Communicator

Podoba informácií, ktoré ponúkajú mediálne dialógy s politikom, je ovplyvnená mnohými vplyvmi a postupmi (mnohokrát pred divákom skrytými), ktoré musí recipient nielen spracovať, ale aj vyhodnotiť a využiť vonkajšie medializované podnety. Nie náhodou sú súčasné mediálne súboje politikov v mediálnych dialógoch označované ako novodobé gladiátorské hry.

Hlavným cieľom mediálnych organizácií je zisk, spoločenský vplyv, získavanie čo najväčšieho publika a k ich čiastkovým cieľom patria politické, náboženské, kultúrne ciele či služba verejnému záujmu (srov. Kunczik, 1999).

Moderátora mediálnych dialógov vnímame ako osobnosť, ktorá zastupuje v danom komunikáte vysielací kanál – televíziu, v rámci nej a v jej záujme „komunikuje“ s recipientom (divákom) (Buček, 2012, s. 39). Moderátori mediálnych dialógov, ktorí dosiahli vysoké postavenie (Larry King, vlastným menom Lawrence Zeiger – CNN. Je jedným z najdlhšie pôsobiacich svetoznámych moderátorov dennej talk show. Súčasťou mediálnej organizácie televízie Cable News Network CNN bol viac ako 20 rokov. V televíznej stanici CNN pôsobil od roku 1985 do roku 2010. Vo svojej šou privítal najvýznamnejších ľudí planéty, celebrity, ale aj rôznych odborníkov. Denne vysielal svoju talk show v ktorej, okrem iných vyspovedal sedem amerických prezidentov ale aj Vladimira Putina. Zo slovenskej proveniencie dosiahla vysoké postavenie Zlatica Puškárová – TV Markíza. Jakub Železný – ČT a Václav Moravec – ČT sú moderátori s výrazným postavením v Českej televízii.) môžu svojimi postojmi, hodnotami a presvedčením ovplyvňovať obsah mediálneho dialógu s politikom. Pri analýze komunikácie moderátora s politkami musíme vychádzať z masovej komunikácie a jej veľkého dosahu na divákov, voličov, sympatizantov, ale aj nesympatizujúcich recipientov. Mediálny dialóg v médiách je proces, v ktorom „masovo produkováný obsah je prenášaný veľkej, anonymnej a heterogénnej mase príjemcov“ (Black a kol., 1992, s. 45). Pri komplexnom chápaní mediálnej komunikácie a moderátora ako jej súčasti, si uvedomujeme, že zahrňuje aj osobné komunikačné procesy, role a situácie. Obsahy sú tvorené tímami, ktoré vstupujú do interpersonálnej komunikácie. Moderátor je v mediálnom dialógu v rôznych polohách a rolách, ktoré vychádzajú z postavenia média v spoločnosti, vlastníckych vzťahov, ale aj obsahového zamerania mediálneho produktu. Buček (2012) hovorí o hlavnej postave moderátora v mediálnom produkte. Gretatbatch (1998) sa sústreďuje na „grilling“ moderátora, v ktorom spôsob vedenia dialógu pripomína výsluch a „grilovanie“. Čmejrková a Hoffmannová (2013) vychádzajú pri analýze mediálnych dialógov z asymetrického modelu, kde moderátor trvá na inštitucionalizovanom práve klásť otázky. Politici sa snažia asymetrický dialóg, v ktorom moderátor organizuje rozhovor zmeniť najmä:

- výmenou rolí s moderátorom;
- kladením otázok moderátorovi;
- útočením na otázky moderátora.

Anglosaská prax (Čmejrková, 2013) prirovnáva dialóg moderátora k „šachovým hodinám“, vo vedení dialógu sa moderátor sústreďí okrem organizovania dialógu a kladení otázok na rovnomerné rozdelenie priestoru a času medzi diskutujúcich. Neutrálna pozícia moderátora pri interview s politikmi sa prirovnáva aj k prevodovke (Buček, 2014), keď moderátor zachováva neutralistickú pozíciu a orientuje sa na hladký priebeh komunikácie. Masovú komunikáciu môžeme vnímať ako všeobecné tvrdenia o jej povahe, fungovaní a účinkoch (McQuail, 2009, s. 259), v niektorých prvkoch je zase hodnotiacia a snaží sa vymedziť estetické alebo etické pravidlá a mediálne formy (srov. Jiráček, Köpplová, 2007). Masová komunikácia sa riadi určitými normami (zákony, nariadenia, mediálna politika), ktorými sa riadia mediálni pracovníci, ale aj moderátori a uplatňujú tak vlastné praktické skúsenosti a zručnosti. Moderátor v mediálnom dialógu s politikmi môže fungovať ako hlavná postava tohto mediálneho produktu (Buček, 2012). Asymetrický dialóg vysvetľuje postavenie moderátora, ktorý určuje, organizuje a riadi politické interview. Moderátor ako masový komunikátor je v mediálnom dialógu s politikom súčasťou mediálnej organizácie. Moderátor je vnímaný divákom ako atraktívna profesia (Buček, 2013). Charakteristickou črtou mediálneho dialógu je, že ide o dialógy verejné, inštitucionálne, v ktorých sa uplatňuje predovšetkým funkcia informatívna ale aj persuzívna. Účastníci mediálneho dialógu sa snažia presvedčiť moderátora, politického súpera ale aj publikum a využívajú na to najmä konfrontačný štýl.

1. „Štýl je človek sám“ (Georg Buffon)

Za príznačný rys politického štýlu sa považuje najmä vyhýbavosť. Vyhýbavosť si uvedomujú nielen diváci mediálnych dialógov, ale najmä moderátor, ktorý sa snaží s politikmi viesť zápas o relatívne priamu a informatívnu odpoveď na otázku. Repliky politikov bývajú väčšinou

zhodné: „Poviem to na rovinu“; „Myslím si, že nemá cenu chodiť okolo horkej kaše“; „O veciach sa má hovoriť, uhýbať nikdy.“

Vágne, vyhýbavé odpovede politikov a ich príčiny:

- neznalosť informácií, na ktoré sa pýta moderátor;
- nepresným vyjdrovaním politik maskuje neznalosť odpovede;
- zámerné zamlčanie informácie a ich maskovanie nepresným vyjadrovaním;

Kamuflážne, ironické, dehonestujúce praktiky politikov, únik od otázky k seba propagácii, zbytočné citovanie fráz a banalít. Obranné stratégie v politických debatách a diskusiách vychádzajú predovšetkým z asymetrie a napätia, útočného, konfrontačného a často až agresívneho štýlu dialógu. Na akýkoľvek problém pri komunikácii s politikmi (Buček, 2012) sa môžeme pozeráť z pohľadu viny (kto za problém, situáciu nesie zodpovednosť), hodnoty (čo považujú za dôležité komunikační partneri, čo má pre nich hodnotu) a voľby (vybrať si z možností takú, ktorú preferujeme). Ak komunikační partneri v mediálnom interview (politickej diskusii), kde dochádza ku konfrontácii, nevedia čo od nich očakáva moderátor, alebo ak na nich politický súper (oponent) nalieha, pravdepodobne použijú útočný rozhovor. Za priamym, agresívnym a káravým presadzovaním zmien sa ukrýva snaha o získanie ostatných na svoju stranu – výsledkom je iba vystupňovanie emócií. Počas útočného rozhovoru komunikační partneri svoje túžby a pocity predstierajú namiesto toho, aby sa s nimi vyrovnali. Navzájom sa počúvajú iba preto, aby si potvrdili vlastný názor, zamerajú sa na vlastnú výhru namiesto toho, aby hľadali riešenia prijateľné pre všetkých komunikačných partnerov v komunikačnom reťazci.

Prvky útočného rozhovoru medzi komunikačnými partnermi v politickej diskusii:

- *vyžadovanie, prikazovanie* („Urobil som to takto, a nepýtajte sa prečo!“),
- *obviňovanie, výčitky* („Nehovorte, že ste tam neboli, videl som to na vlastné oči.“),
- *čítanie myšlienok* („Viem na čo myslíte, ale nemáte pravdu.“),

- *námietky* („Nekonali ste kvôli výhodám pre iných, ale chceli ste zatajiť vlastný 1prospech.“)

Pri komunikácii, kde dochádza ku konfrontácii a komunikačný partner používa útočnú reč, by sa mal moderátor pokúsiť odhaliť jeho slabé stránky – zlosť, strach, odmietanie a nemal by sa aktívne zúčastňovať útočného rozhovoru, ktorý sa sústreďuje na hľadanie vinníka.

Otázky viny sa sústreďujú na minulosť. Využívame ich vtedy, ak chceme komunikačnému partnerovi dokázať vinu. V politickej deba- te koalícia požíva minulé čas, aby dokázala, že za všetko zlé nesie vinu bývalá vláda, súčasná opozícia. („Problémy sa začali ešte za vašej vlá- dy. Zodpovednosť za dnešný stav nesiete Vy...“). Aristoteles hovorí, že: „rétorika minulosti sa spája s otázkami spravodlivosti“ (Heinrich, 2009, s. 35) (Kto to urobil?). Je to súdna argumentácia, ktorá vynáša súdy. Komunikační partneri vynášajú súdy nad vzájomným konaním. Vinu hľadáme v komunikácii, kde sa odvolávame na minulosť. („Vaše predvolebné sľuby, ale lákali na niečo iné.“). Komunikační partneri sa väčšinou obracajú na prítomnosť vtedy, ak chcú presvedčiť oponenta o svojej pravde. Podľa Aristotela rétorika prítomného času „rozhoduje o dobre a o zle, rozlišuje od seba skupiny ľudí aj jednotlivcov ... osla- vuje hrdinov a odsudzuje spoločných nepriateľov.“ (Heinrich, 2009, s. 35) V dialógu s politikmi sa prítomným časom prezentujú vzájomné uznávané hodnoty. („Váš návrh zákona je zlý. Nezohľadňuje požiadav- ky živnostníkov.“, „Vyplatením vianočného príspevku dôchodcom sme im zlepšili náladu pred sviatkami.“). Komunikácia s využívaním bud- úceho času alebo poradná rétorika sľubuje zlepšenie situácie, odmenu. „Ako to bude s vianočným príspevkom? Dôchodcovia sa dočkajú pri- lepešenia. Systém odmeňovania prehodnotíme a zefektívňime.“) Otázky voľby sa dotýkajú budúcnosti. Pokiaľ komunikační partneri chcú do- spieť k spoločnému rozhodnutiu, mali by svoju komunikáciu sústrediť na budúci čas. Ak sa vám zdá, že niekedy odbočíme od témy, alebo po- užívame „prízemné“ príklady? Je to zámer, pretože už Cicero používal odbočenia aby zmenil tón a rytmus sporu.

Ak sa spor zmení na komunikačný boj pomôže pri komuniká- cii minulé aj prítomný čas. („Ako by sme sa mali zachovať v takomto

prípade?“ „Ako zabránime tejto situácii, aby sa už neopakovala?“ odpoveď: „Vy ste sa sústredili na maličkosti, teraz vyriešime tento veľký problém.“

Najčastejšie obranné a únikové techniky v politických debatách a diskusiách podľa J.Hoffmannovej(2013) sú nasledujúce slovné spojenia:

- to som nikdy nepovedal (=JA som niečo povedal a VY to skresľujete, vytrhujete veci z kontextu a podsúvate mi niečo iné);
- takto by som to ja nikdy nepovedal (= VY ste použili určitý výraz, ktorý JA kritizujem, odmietam a neprijímam, nesúhlasím s ním). (Čmejrková a kol., 2013, s. 66)

(Politik sa bráni voči tvrdeniu moderátora, ktorý svojou reakciou nemusí ohroziť „tvár“ politika. Moderátor môže ale trvať na svojom tvrdení. Snaží sa obhájiť pozíciu korektnosti a solídnosti. Reakcia politika nemusí byť odpoveďou na otázku moderátora.) Moderátori veľmi často používajú na upevnenie svojej pozície citáty a parafrázy bez konkrétneho uvedenia zdroja: hovorí sa ... často sa uvádza ... všetci hovoria ... odznegli tu názory.

Obranné a únikové techniky sa často spájajú a slúžia spoločnému účelu „to som nepovedal“, „takto by som to ja nikdy nehovoril“, „to vám nepoviem“, „tak to nebolo“. Dôležitá je pri týchto vyjadreniach individualita a komunikačná kompetentnosť hovoriaceho.

Na celkovom štýle politických debát sa podieľa prerušovanie.

„Nechajte ma dohovoriť. Ja som Vás nechal dohovoriť.“ V politickej debate aj niekoľkokrát za hodinu zaznie prerušovanie a káranie za prerušovanie. Analýza prerušovania, kárania za prerušovanie, zviditeľňovania sa je poznávacím znamením usporiadania politických debát. Moderátor v politickom mediálnom dialógu je distribútor replík. Aj napriek moderátorovi, ktorý by mal zabrániť prerušovaniu replík, dochádza k častému prerušovaniu, skákaniu do rečí. Komunikační partneri chcú mať rovnaké množstvo času na odpoveď ako ich oponenti. „Moderátor funguje ako šachové hodiny.“ (Čmejrková a kol., 2013, s. 66; Postman, 2010, s. 197)

Časté prerušovanie politickej debaty súvisí s charakteristickým rysom tohto typu dialógu „prehrávanie pre divákov“. Snaha politikov aby ich

oponent nehovoril dlhšie, resp. Hovoril rovnaký čas, zväzda k častému prerušovaniu a vychádza zo súťaživého ponímania diskusie. Striedanie replík v politických debatách a ich prerušovanie politikmi je vlastne boj so súperom v diskusii. Nejde o to vyriešiť problém, ale vyhrať súboj. „To sum up. The arguments presented are secondary, the main issue is the fight.“ (Luginbühl, 2007, s. 1386) V takejto diskusii s nejedná iba o vyriešenie istého problému, vysvetlenie určitého postoja, ale o boj s cieľom „poraziť“ diskutujúceho súpera. Ak politik bude hovoriť menej často, môže vzniknúť dojem, že bol zatlačený do kúta, alebo nemal čo povedať. Pre politikov je dôležité preto hovoriť bez ohľadu na to, či majú, alebo nemajú čo povedať. Pre politické debaty sú charakteristické sekvenčné usporiadanie replík. Moderátor sa pýta, diskutujúci odpovedá. Moderátor často uplatní právo na „vedenie-riadenie“ politickej debaty, uplatňujúc rozhodujúce právo rovnomerného rozdelenia času medzi respondentov, ktoré je často pre neho dôležitejšie ako možnosť dokončiť myšlienku respondenta. Záujmom televíznych spoločností je, aby diskusia bola divácky príťažlivá a preto sú pozývaní politickí oponenti. Cieľom nie je dospieť k riešeniu nejakého problému, ale často pozitívne prezentovať seba a negatívne prezentovať politických súperov. Rozdielne potreby a pozície účastníkov politických debát vrátane divákov ich do značnej miery obmedzujú. Debaty by mali byť vecné, obsahujúc predovšetkým argumenty, zároveň príťažlivé pre divákov, nie nudné, ale živé a dynamické (srov. Luginbühl, 2007). Do debát sú prizvaní politickí oponenti a debaty sú organizované ako súboje. Potrebou politika je poraziť súpera a pozitívna sebareprezentácia. Potreba sebareprezentácie je daná tým, že ich politický status majú v rukách voliči, a teda diváci debaty. Nielen politici, ale aj moderátori sú vystavovaní napätiu. Tu je priestor na mediálnu výchovu recipientov akým spôsobom „čítať“ mediálne dialógy (Staněk, 2009, s. 83; 2010, s. 46). „Právě dovednost řešit kritické výukové momenty je pro učitele výchovy k občanství významným prvkem profesionality.“ Politici sa usilujú o porážanie súpera a zároveň o svoju dobrú sebareprezentáciu, ktorá spočíva v schopnosti vecne diskutovať a riešiť určité problémy v prospech občana. Moderátori sa usilujú o rovnomerné rozdelenie času pre diskutujúcich, zároveň kladú otázky, následné podotázky námietky a usilujú

sa hnať politikov do „úzkych“ (Čmejrková, 2013, s. 207), aby podporili stret záujmov. Jednotliví moderátori sa odlišujú tým, ako a akým spôsobom vstupujú do debaty (ako často a akým spôsobom prerušujú a usmerňujú danú debatu. Niektorí moderátori považujú za svoju hlavnú funkciu „stráženie času“ odpovedí politika. Niektorí moderátori naopak ustúpia do úzadia a prenechajú politikov, aby si vymenili medzi sebou repliky a moderátor zasiahne iba v prípade odklonu od témy. Sú moderátori, ktorých hlavným cieľom je vytvoriť show a napätie. Moderátor preukazuje svoje stanovisko k problému aj využívaním alebo hodnotením určitých slov a slovných spojení: pripustil – povedal, vypoklonkoval – vykázal (Čmejrková, 2013, s. 207; Buček, 2012, s. 39).

Jedným z najčastejších spôsobov získavania nových informácií v politickej debate je kladenie otázok z predchádzajúcich odpovedí politika. Moderátor sa takýmto spôsobom prezentuje ako pozorný poslucháč diskutujúcich hostí. Stratégia pozorného poslucháča umožňuje moderátorovi kľásť oponujúce otázky, ktoré spochybňovali odpovede politikov zároveň ich nútil k vysvetľovaniu a obhajobe vlastných názorov, bez toho aby vyjadril svoj názor. Moderátor môže zachovávať svoju neutralistickú pozíciu tým, že formálne pôsobil ako prevodovka medzi oponentami. Moderátor formálne zachováva neutralistickú pozíciu, ale stavia sa do polohy provokatéra, ktorý nie je s ničím spokojný a neustále kladie ďalšie a ďalšie námietky, pripomienky a otázky.

Kde hľadať dialogický štýl a ako ho uchopiť? V mediálnych rozhvo-
roch sa dialogický štýl utvára nielen v závislosti na identite hovoriacich, ale tiež na požiadavkách jednotlivých mediálnych žánrov.

2. Hierarchia v televíznom politickom dialógu je: moderátor – politici – diváci

„Diváci stotožňujú moderátora s reláciou, a práve preto by mal byť moderátor vedúcou osobnosťou celého tvorivého tímu. Moderátor by mal prejsť svoju účasť pri rozhovore už tým, že svojich hostí pozorne počúva. Aktívna účasť moderátora v rozhovore je záštitou pre respondenta. Je to ako vzťah dieťaťa k rodičom, dospelého k lekárovi alebo ku kňazovi, ale s veľkým a podstatným rozdielom. Od moderátora nemôže

hroziť respondentom odsúdenie, utrpenie alebo trest. Respondent musí cítiť, že moderátor chce poznať pravdu, ktorá zostáva skrytá, a o to väčšia radosť nastane, ak tú pravdu moderátor svojimi otázkami odhalí.“ (Maggee, 1968, s. 16) Z výsledkov výskumu Profil vybraných moderátorov TV Markíza v publicistike a zábave (Buček, 2002, 2012) zameraného na profesionálne a charakterové (osobnostné a výrazové) vlastnosti moderátorov, ktoré je schopný príjemca rozpoznať u moderátora, by mal moderátor:

- byť osobnosťou schopnou spracovať a odovzdávať tému so zreteľom na diváka;
- mať príjemné, dôveryhodné vystupovanie;
- byť duchaplnou osobnosťou s dobrou znalosťou témy;
- nedávať najavo nadradenosť;
- byť vhodne a primerane upravený v závislosti od obsahu komunikátu;
- byť hlavná postava, okolo ktorej sa krúti rozhovor;
- riadiť rozhovor;
- zaujať a udržať pozíciu formálnej neutrality voči postojom hosta;
- mal by vystupovať za divákov.

Požiadavky kladené na moderátora tak, ako ich uvádza teória, podrobujeme kritickému vnímaniu recipienta.

Osobnostné vlastnosti sa stávajú predmetom záujmov nielen odborníkov v oblasti masovej komunikácie. Hodnotenie osobnosti moderátora recipientom sa prenáša aj na ním komunikované výpovede a moderátor tak ovplyvňuje ich účinnosť. Recipienti vnímajú obraz osobnosti moderátora politickej diskusie cez jeho schopnosť riadiť a organizovať dialóg s politikom a chcú za ním vidieť najmä záujem o seba ako diváka (Buček, 2010). Medzi dôležité profesionálne vlastnosti moderátorov televíznej politickej diskusie zaradili recipienti sebaistotu (Buček, 2010) – ako obraz osobnosti samotného moderátora. Sebaistota zahŕňa v sebe predstavu o telesných dispozíciách, možnostiach, schopnostiach, záujmoch, postojoch a postavenie v sociálnej skupine. Podľa výskumov (Buček, 2012) hraná sebadôvera vyvolá u diváka dojem neprirodzenosti. Recipientom je sympatický nadľahčený tón

rozhovoru, ktorému moderátor prispôsobí svoj prejav, správanie, vonkajšiu úpravu a formulovanie otázok.

Cieľom moderátora politickej diskusie je nadviazať dialóg s recipientom. Sociálny kontakt je závislý od obsahu sa znalosťami o politikoch, predmete komunikácie, ale aj o problémoch, ktoré sa v politickej diskusii budú riešiť. V kooperatívnej či v konfliktnej atmosfére dialógu na verejnosti alebo s verejnosťou formulujú diskutujúci neformálnymi prostriedkami ľahšie svoje postoje a ventilujú tiež svoje nálady. V televíznych debatách je formálnosť dialógu posilnená aj úlohou moderátora, ktorý dialóg riadi, zatiaľ čo politici inklinujú pri ostrejších konfrontáciách a názorových nezhodách k neformálnosti (Čmejrková, Hoffmanová, 2011, s. 72).

Publikum (recipient) vníma niektoré dialogické produkty s politikmi ako istú formu zábavy infotainment (informácia a zábava), alebo ako confrontainment (konfrontácia pre pobavenie) (Buček, 2012, s. 67–71; Čmejrková, Hoffmanová, 2013, s. 72–74). V mediálnych rozhovoroch ide o „vyjednávanie“ identít. V mediálnych dialógoch s politikom sa rozlišuje pozitívna a negatívna tvár. Sú tam prítomné akty ohrozujúce tvár. Mediálny dialóg sa riadi normami ištutucionálneho žánru a mediálny dialóg sa stáva asymetrický. Otázky formuluje iba moderátor, politik má za úlohu odpovedať. Rozhovor moderátora s politikom je vyjednávaním o predmete dialógu, o kvalite otázky („Myslím si pán redaktor, že otázka nie je dobre položená...“), o dostatočnosti, či nedostatočnosti odpovede („Tak otázka neznela“, „Vy ste pán minister odbočili od otázky...“) Mod.: „Pán minister vy sa vyhýbate odpovedi“. P: „Myslím si, že neodbočujem od témy...“)

Moderátor je v hodnotení replík politika obmedzený svojou inštutucionálnou rolou a mal by zachovávať nezaújatosť. Politik má svoju predstavu o odpovedi a o tom, čo by malo byť v rozhovore povedané. Nechce byť zviazaný otázkami a cieľom moderátora, vzniká tu konflikt cieľov. Moderátor sa snaží prinútiť politikak jednoznčnej odpovedi, politik by naopak rád využil interview na preznetáciu politicky výhodnej témy. Moderátor môže politika prerušiť, nedať mu slovo, ironizovať jeho odpovede, používať rôzne druhy verbálneho násilia, čo si naopak politik voči moderátorovi nemôže dovoliť.

Moderátor konštruuje pre politika v mediálnom dialógu také pozície a identity, ktoré nemusia byť pre respondenta výhodné. Politici sa snažia vybočiť z roly, ktorú im určil nielen žáner mediálneho produktu ale aj moderátor zastupujúci inštitúciu a napadajú kompetencie moderátora, jeho rolu, inštitucionálnu identitu, profesionálnu alebo komunikačnú identitu. („Pán moderátor, vy vôbec nepočúvate.“, „Takúto naivnú otázku mi nemôžete položiť...“) Svedkami mediálneho dialógu sú recipienti (diváci), pred ktorými sa súboj odohráva. Účastníci mediálneho dialógu nechcú stratiť pred recipientmi tvár, ale chcú vystupovať v súlade so svojimi nárokmi na vlastnú identitu. Politik sa v mediálnom dialógu rozhoduje akú časť publika oslovuje, či sa orientuje na sympatizantov, alebo odporcov. Orientácia politika rozhoduje o témach a akcentoch, na ktoré sa sústreďí. Divák sa stáva priamym účastníkom dialógu medzi moderátorom a politikom. Divák je publikom a zároveň účastníkom komunikačnej situácie, na neho sa moderátor aj politik odvolávajú v mediálnom dialógu alebo, ktorého chcú získať. Divák je zainteresovaný do dialógu priebežne pomocou otázok moderátora, ktorý sa na diváka odvoláva. Divák je ten, kto iniciuje otázky a moderátor jeho pranie akoby len opakuje: („Diváci sa často pýtajú, že...“)

Moderátor sa tvári ako mediátor diváckych potrieb, záujmov, prání... („Skúste povedať divákovi, čo...“) (Buček, 2012, s. 132; Havlík, 2013, s. 199) Preferovanie seba, svojho štýlu správania a názorov na úkor ostatných komunikátorov negatívne vplýva na vnímanie moderátora ako prirodzeného komunikátora. Divák je konštruovaný ak ten, kto potrebuje počuť jednoznačné odpovede na jasne kladené otázky. Moderátor môže politikov karhať, niekedy ich výpovede ironizovať, alebo rôznymi verbálnymi útokmi usmerniť. Politik by si nemal väčšinou voči moderátorovi dovoliť podobnú odvetu. Asymetria núti účastníkov bojovať nielen o slovo, ale aj o zachovanie si tváre, ktoré sa moderátor snaží ohroziť. (Čmejrková, 2013, s. 10) Politik nechce pred publikom stratiť kredit, svoj image, alebo presvedčivosť. Priebeh a štýl dialógu určuje antagonistický vzťah účastníkov. Rozhovor s politikom je tým viac zaujímavejší, čím viac sa moderátor snaží o protichodnosť, kontroverznosť a rozdielnosť postojov.

Politický dialóg je predovšetkým zdrojom informácií a informativnosť je jeho primárnou funkciou. Moderátor má snahu dať rovnaký priestor všetkým účastníkom mediálneho dialógu. Aj napriek očakávaniu protichodných odpovedí, môže ľahšie iniciovať spor. Interviewaní hostia musia svoj prejav v politických debatách neustále prispôbovať novovzniknutej situácii v dialogickej interakcii, ktorej napätá atmosféra súvisí často s udržaním si „svojej tváre“ a s úspechom v dialógu s oponentom. Moderátor sa snaží politika vmanévrovať do nevýhodnej pozície. Zámerom moderátora je donútiť politika, aby nereagoval na danú otázku a zároveň vyprovokoval k jednoznačnému stanovisku alebo k spornému bodu, zatiaľ čo politik sa usiluje takúto odpoveď obísť. Politik by skôr využil mediálny dialóg na prezentáciu svojej témy. Otázky moderátora môžu byť aj manipulatívne. Moderátor často prerušuje výpovede politika a jeho prejav je v dôsledku skákania do reči často skôr prerušovaný. Kontroverznosť je pre výsledný komunikát konštitutívnym rysom. V mediálnom dialógu s politikom nechce ani moderátor ani politik stratiť svoju tvár a nechať sa zahnať do kúta. Moderátor aj politik pristupuje k mediálnemu dialógu s určitými predstavami, ktoré sa snažia naplniť počas interview. Ohradzujú sa proti praktikám, ak sa im to nepodarí. Najväčšie napätie vzniká pri diskusiách, v ktorých rôzni zástupcovia politických strán „drujú“ pre tú svoju stranu a politik sa snaží pred televíznymi divákmi zasadiť protivníkovi čo najviac rán a získať nad ním prevahu. Politici vstúpia do mediálneho dialógu – interview so zámerom presvedčivo pôsobiť v rámci svojej politickej pozície a získať tak televíznych divákov a potenciálnych voličov na svoju stranu. Moderátor vstupuje do interview s určitou prípravou a predstavou ako a akým spôsobom bude s hosťami-politikmi viesť rozhovor. Svojimi otázkami môže manipulovať hostí do pozície, v ktorej ich chce mať. Medzi komunikačnými partnermi v mediálnom dialógu tak môže dochádzať k stretu záujmov. Komunikační partneri (politici z rôznych strán) v mediálnom dialógu s moderátorom bojujú nielen o udelenie slova, ale tiež o „zachovanie tváre“ (srov. Remišová, 2013; Buček, 2012). V hre je totiž publikum, pred ktorým hostia nechcú prísť o image a stratiť svoj kredit. Mediálne dialógy môžeme nazvať aj ako spoločná snaha cestou neustálych konfliktov. (Konfliktné, protichodné ciele.) Charakteristickou

črtou mediálneho dialógu je, že ide o dialógy verejné, inštitucionálne, v ktorých sa uplatňuje predovšetkým funkcia informatívna ale aj persuzívna. Charakteristickou črtou politického štýlu je najmä vyhýbavosť. Vyhýbavosť si uvedomujú nielen diváci mediálnych dialógov, ale najmä moderátor, ktorý sa snaží s politikmi viesť zápas o relatívne priamu a informatívnu odpoveď na otázku. Repliky politikov bývajú väčšinou rovnaké vo väčšine mediálnych dialógov („Poviem to na rovinu“; „Myslím si, že nemá cenu chodiť okolo horúcej kaše“).

Pri utváraní obrazu o moderátorovi a politikovi je dôležité, akú úlohu im recipient pripisuje. Zámerom moderátora je dostať od politika jednoznačnú odpoveď na danú otázku. Kvalita novinárskej práce je spätá nielen s otázkami moderátora a jeho schopnosťou organizovať a riadiť mediálny dialóg s politikom. Je spätá s úrovňou morálneho rozvoja jej aktérov. V súvislosti o politickom presvedčení moderátora sa diskutuje o tom, či sa dokáže povzniesť nad svoje politické presvedčenie (Remišová, 2010, s. 174) a byť rovnako kritický ku všetkým politikom a verejným činiteľom. Podľa bývalého šéfredaktora Der Spiegel Stefana Austa vo vzťahu novinár a politik záleží: „čo človek dáva na prvé miesto, či novinárčinu alebo politiku. Či chce o politike referovať, alebo pomocou novinárčiny ovplyvňovať politiku. Ale ... novinár nemá robiť politiku. Časopis nemôže nahradiť opozíciu, tej môže len dodávať podklady. Odvolať niekoho z vlády alebo odstrániť celú vládu môže len parlament alebo voliči“.

Literatúra:

- BLACK, J. *Introduction to Mass Communication*. Dubuque: Wm. C. Brown Publisher, 1992.
- BUČEK, J. Demokratický dialóg v médiách medzi komunikátorom a politikom. In *Podoby demokracie na začátku 21. století: Evropská unie a svět*. Kolín: Nezávislé centrum pro studium politiky, 2010. s. 299–318.
- BUČEK, J. *Moderátor hlavní, alebo vedlájšia postava mediálneho produktu*. Bratislava: UK, 2012.
- BUČEK, J. *Rola moderátora v masmédiálnom dialógu*. Zlín: VerBuM, 2012.
- ČMEJRKOVÁ, S., HOFFMANOVÁ, J. *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha: Academia. 2011.

- ČMEJRKOVÁ, S a kol. *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia. 2013.
- HOFFMANNOVÁ, J. Styl rozhovorův televizních publicistických pořadech: vyhýbavé strategie českých politiků. In ČMEJRKOVÁ, S a kol. *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia. 2013. s. 129–139.
- HAVLÍK, M. Dvojitý řád střídání replik mluvčích v televizních politických debatách. In ČMEJRKOVÁ, S. a kol. *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia. 2013. s. 199–229.
- HEINRICHS, J. *Rétorika pro každého*. Brno: Computer Press, 2009.
- HVÍŽDALA, K. *Jak myslet media*. Praha: Dokořán, 2005.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007.
- KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1999.
- LUGINBÜHL, M. Conversational violence in political TV debates: Forms and functions. *Journal of Pragmatics*, 2007, Vol. 39, s. 1371–1387.
- MAGGEE, B. *Technika televizního interview*. Praha: Slovenské pedagogické nakladatelstvo, 1968.
- MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009.
- REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010.
- STANĚK, A. *Výchova k občanství v současné škole: Profesní identita učitele výchovy k občanství*. Praha: EPOCH, 2009.
- STANĚK, Antonín. *Kvalitativní výzkum profesní identity učitele výchovy k občanství*. Praha: EPOCH, 2010.
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005.

Kontakt na autora příspěvku:

doc. PhDr. Jaroslav Buček, PhD.
Filosofická fakulta Univerzity Komenského
Katedra žurnalistiky
Štúrova 9
814 99 Bratislava
Slovenská republika
e-mail: dr.bucek@gmail.com