

Univerzita Karlova
Pedagogická fakulta
Katedra českého jazyka

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Stylistický rozbor vybraných rozhovorů Miloše Zemana poskytnutých médiím

Stylistic Analysis of Selected Interviews of Miloš Zeman Given to the Media

Ivona Hanušová

Vedoucí práce: PhDr. Radka Holanová, Ph.D.
Studijní program: Český jazyk se zaměřením na vzdělávání
Studijní obor: Český jazyk – Anglický jazyk

Rok odevzdání: 2023

Odevzdáním této bakalářské práce na téma Stylistický rozbor vybraných rozhovorů Miloše Zemana poskytnutých médiím potvrzuji, že jsem ji vypracovala pod vedením vedoucí práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu. Prohlašuji, že odevzdaná elektronická verze bakalářské práce je identická s její tištěnou podobou.

V Praze dne 3. 12. 2023

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Radce Holanové, Ph.D., za odborné vedení a cenné připomínky poskytované v průběhu vedení této bakalářské práce.

ABSTRAKT

Předmětem této bakalářské práce je analýza vybraných rozhovorů bývalého prezidenta České republiky Miloše Zemana. Práce se zaměřuje na konkrétní rozhovory poskytnuté médiím a sleduje výskyt persvazivních prostředků. V teoretické části se diskutují pojmy jako publicistický styl, dialog, mediální dialog, mediální obraz, persvaze, argumentace, mediální diskurz apod. Praktická část zahrnuje příklady z analyzovaných rozhovorů a jejich stylistickou analýzu. Cílem této práce je zhodnotit projevy persvaze v těchto textech.

KLÍČOVÁ SLOVA

dialog, stylistická analýza, argumentace, Miloš Zeman, mediální dialog, persvaze

ABSTRACT

This thesis introduces an analysis of the selected interviews with the former president of the Czech Republic Miloš Zeman. Primarily it examines the stylistic devices and the use of persuasive techniques and stylistic elements within these interviews. The theoretical part introduces concepts such as journalistic style, dialogue, media dialogue, media image, persuasion, argumentation, and media discourse. The empirical section comprises a stylistic analysis of specific interviews. The objective of this thesis is to examine the persuasion within the analyzed texts.

KEYWORDS

dialogue, stylistic analysis, argumentation, Miloš Zeman, media dialogue, persuasion

Obsah

Úvod	1
1 Metody, popis dat a výzkumného postupu	2
2 Zařazení mediálních dialogů z hlediska funkčního stylu a slohového útvaru.....	4
3 Stylotvorné faktory	7
3.1 Objektivní stylotvorné faktory.....	7
3.1.1 Základní funkce textu	7
3.1.2 Komunikační kód	8
3.1.3 Ráz komunikátu.....	9
3.1.4 Míra připravenosti komunikace.....	9
3.1.5 Místo a čas komunikace	10
3.1.6 Téma	10
3.1.7 Adresáti.....	11
3.2 Subjektivní stylotvorné faktory.....	11
4 Kompozice mediálního dialogu.....	14
5 Vymezení publicistického stylu z hlediska výrazových prostředků.....	15
5.1 Zvukové jazykové prostředky	15
5.2 Morfologické jazykové prostředky	16
5.3 Lexikální jazykové prostředky.....	17
5.4 Syntaktické jazykové prostředky	19
6 Vymezení mediálních dialogů z hlediska pragmatické lingvistiky	20
6.1 Argumentace	20
6.2 Sociální deixe.....	21
6.3 Verbální agrese a falešné strategie v politické komunikaci.....	22
7 Stylistická analýza vybraných rozhovorů.....	25
7.1 Kompozice.....	25
7.1.1 Horizontální členění textu	25
7.1.2 Vertikální členění textu	27
7.2 Analýza jazykových prostředků.....	28
7.2.1 Zvukové jazykové prostředky	28
7.2.2 Morfologické jazykové prostředky.....	29
7.2.3 Lexikální jazykové prostředky	33
7.2.4 Syntaktické jazykové prostředky	40
7.2.5 Argumentační fauly a verbální agrese	45
7.2.6 Sociální deixe	47
Závěr.....	50
Seznam referencí	52
Seznam citovaných rozhovorů.....	54

Úvod

Miloš Zeman byl několikrát označen za člověka, který zapříčinil výraznější rozdělení společnosti, a to jak médii (Jadrná 2023), tak například bývalým předsedou vlády Bohuslavem Sobotkou, který v rozhovoru pro Respekt citovaném na webu iDNES uvedl, že „hlava státu rozděluje společnost“ (iDNES, 31. 1. 2016). Jeho působení na Hradě je spojeno s mnoha kontroverzemi, které vzbuzovaly zájem médií. Může to být důvodem, proč je nyní známý svou averzí vůči novinářům, kterou dává veřejně najevo. Jedním z nejkontroverznějších výroků byla slova „A tady jsou další novináři? Je jich moc, je třeba je likvidovat.“, která pronesl v Pekingu před Vladimírem Putinem v roce 2017, v zemi, která skutečně stíhá a vězní nepohodlné novináře. Kudláček ve své knize *Tohle jsme chtěli* dodává, že tato slova zaskočila i samotného Vladimíra Putina, který na to reaguje slovy „likvidovat není potřeba, stačí redukovat“ (Kudláček 2023, s. 97). Novináře Miloš Zeman slovně napadl i v projevu před českými velvyslanci na Hradě v roce 2018, kde je přirovnal k blbounu nejapnému, tvorů, který byl na rozdíl od nich vyhuben (Kudláček 2023, s. 132).

Jazykové prostředky, které Miloš Zeman užívá v odpovědích na redaktorovy otázky, jsou často silně persvazivní. Cílem této práce je analyzovat tyto prostředky a zhodnotit jejich funkci.

V teoretické části popisuji metody, které jsem zvolila pro zkoumání v praktické části, a stejně tak data, která jsem analyzovala. Dále představuji pojmy potřebné k následné analýze, tedy tzv. publicistický styl a žurnalistický styl a postoje lingvistů k jejich užívání, následně definuji slohový útvar spolu s faktory ovlivňujícími styl projevu a jednotlivé jazykové roviny. Co se týče základní literatury, vycházím především z publikací *Současná stylistika*, *Stylistika mluvené a psané češtiny* nebo publikace *Stylistika pro žurnalisty*.

V kapitole 7 jsou diskutovány výsledky kvalitativní analýzy, kde se pokouším zhodnotit, jaké jazykové prostředky Zeman užívá a jaký efekt mohou mít na čtenáře/posluchače. Při analýze těchto textů se zaměřuji především na persvazivní prostředky, které se v textech vyskytují ve vyšší míře.

1 Metody, popis dat a výzkumného postupu

Stylistická analýza prezentovaná v této bakalářské práci vychází z detailního rozboru 57 rozhovorů bývalého prezidenta Miloše Zemana. Jak bude blíže popsáno dále, tyto rozhovory byly vybrány na základě jednoduché obsahové analýzy rozsáhlejšího souboru 330 rozhovorů, které Miloš Zeman poskytl českým médiím mezi lety 2012 až 2023, tedy v souvislosti se svojí prezidentskou funkcí v prvním i druhém volebním období. Rozhovory byly získány z oficiální internetové stránky Miloše Zemana (www.zemanmilos.cz) v psané podobě. Dle charakteru obsahu lze usoudit, že se jedná o archivovanou verzi oficiální stránky Kanceláře prezidenta republiky (www.hrad.cz). Ověřila jsem, že webové stránky obsahují přepisy velké části rozhovorů Miloše Zemana pro média, včetně těch, které byly vůči Miloši Zemanovi kritické.

Po prozkoumání obsahu webové stránky jsem zjistila, že naprostá většina rozhovorů má podobnou strukturu. Titulek obsahuje kombinaci výrazu „rozhovor“, po kterém zpravidla následuje „prezidenta republiky“ a dále „pro (název média)“. Rozhovory k analýze jsem proto vyhledala dle klíčového slova „rozhovor“. Obsah 330 rozhovorů byl na začátku září 2023 stažen z webové stránky s využitím ovladače pro automatizaci prohlížeče Python Selenium WebDriver a uložen do souboru v Excelu.¹ Nejprve jsem upravila soubor dat tak, aby zahrnoval přepisy rozhovorů, které by mohly být relevantní pro tuto bakalářskou práci. Ponechala jsem rozhovory z různých typů médií, včetně tištěných novin, časopisů, internetových médií, ale také televizních pořadů a rádiových vstupů. Vyřadila jsem ale rozhovory pro zahraniční média jako Reuters, čínská média Tanjung a CCTV, či rozhovory pro ruská média Pravda a TASS. Dále jsem vyřadila média bez většího než lokálního dosahu, tedy ryze lokální média (Starobrněnské noviny) či média specializovaná na konkrétní odvětví (časopis o automobilech).

Data byla roztržena tak, že každý řádek obsahoval jednu otázku redaktora a související odpověď Miloše Zemana, dále název média, datum uskutečnění rozhovoru a internetový odkaz na daný rozhovor. Pro větší přehled jsem sjednotila označení různých mutací stejných médií, například internetový deník Blesk.cz a tištěný Blesk.

¹ Za pomoc s automatizovaným stažením a utříděním dat patří poděkování Petru Melničukovi a Janu Švecovi.

Na základě prostudování několika rozhovorů jsem vytvořila slovníček klíčových slov pro několik kategorií, které jsem dle teoretických publikací (Jílek 2016, Čechová 2008, Minářová 2006) považovala za vhodné pro stylistickou analýzu: oslovení, vulgarismy, klišé (podle Justa 2003), zvukomalebné výrazy, poznámky redakce (jako „pozn. red.“), vsuvky (např. „jak se říká“), argumentační klamy a další. Následně jsem vyhledávala četnost výskytu těchto slov v jednotlivých rozhovorech, přičemž jsem průběžně upravovala klíčová slova pro vyhledávání dle nově zjištěných poznatků. Tímto způsobem jsem identifikovala celkem 57 rozhovorů vhodných pro podrobnější analýzu. Na nich jsem pak aplikovala detailnější stylistickou analýzu, jejíž výsledky jsou prezentovány v kapitole 7.

Pro přehlednější orientaci je na rozhovory odkazováno uvedením názvu média a data jeho publikace, všechny přitom pocházejí ze stejného zdroje, tedy z oficiální webové stránky Miloše Zemana. Za seznamem referencí je ke konci bakalářské práce uveden seznam těchto citovaných rozhovorů včetně internetových odkazů na zdrojovou stránku.

2 Zařazení mediálních dialogů z hlediska funkčního stylu a slohového útvaru

Texty, které budu ve své práci analyzovat, se zpravidla řadí do publicistického stylu. Označení publicistický styl však někteří lingvisté považují za nevyhovující především z toho důvodu, že neoznačuje všechny texty spadající pod tuto oblast. Čechová (2008, s. 245) vnímá publicistický styl jako pojem nadřazený všem žurnalistickým textům, tedy i těm, které mimo informativní funkci mají i funkci persvazivní (přesvědčovací). Jako argument pro toto označení uvádí, že i v textech zpravodajských se objevuje persvaze, a jako příklad zmiňuje způsob výběru zprávy nebo tématu. Persvaze se tedy může objevit nejen ve zvolených jazykových prostředcích, ale i ve způsobu, kterým autor tvoří text (Čechová, Krčmová, Minářová 2008, tamtéž).

Bečka považuje publicistický styl za obecné označení a uvádí, že jeho úkolem je „informovat a formovat čtenáře“ (Bečka 1973, s. 9). Výhodou stylu publicistického je totiž jeho souhrnnost, která ho odlišuje od žurnalistického stylu, což je pojem, se kterým pracují některé učebnice žurnalistických studií (Jedlička, Formánková, a Rejmánková 1970, s. 41–42). Toto označení se dá tedy považovat za jeden celek, odlišnosti se hledají až na nižších úrovních.

Ve své analýze vycházím z rozhovorů, jež byly ve většině případů přepsány z mluvené podoby do psané. Jedná se tedy původně o útvar označovaný jako publicistický rozhovor. S tímto pojmem pracují Mareš a Kaderka ve *Stylistice mluvené a psané češtiny*, jelikož host je zde pouze jeden, což znemožňuje tento útvar považovat za diskuzi (Mareš a Kaderka 2016, s. 315–316). Čechová užívá pojem interview a řadí ho pod publicistický styl analytický. Interview plní funkci sdělnou, uvědomovací a získávací. V tomto formátu poznáváme buď osobu a její názory nebo prostřednictvím výměny otázek a odpovědí získáváme informace (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 268).

Také Minářová pracuje s pojmem interview a dodává, že je tato forma užívána především z toho důvodu, že pomocí dialogické komunikace mezi hostem a novinářem dojde k předání informace rychleji než prostřednictvím novinového článku. Tento žánr se vyskytuje v psané

i mluvené podobě. Minářová ovšem upozorňuje, že v psané podobě může docházet k úpravě otázek redaktora i odpovědí hosta (Minářová 2011, s. 249).

Boyd pracuje s pojmem analytický rozhovor a poukazuje na fakt, že se jedná o rozhovor vytvořený za účelem zapůsobit na třetí stranu, tedy na diváky, posluchače nebo čtenáře. Mimo to jim rozhovor poskytuje informace a podrobně rozebírá dané téma. Novináře, kteří takový rozhovor zprostředkovávají, označuje za „most mezi laikem a odborníkem“ a zdůrazňuje, že dobře provedené interview může přispět k ověření správné argumentace hosta (Boyd 1994, s. 72–73).

Problematikou označení dialog, které je také nutné v souvislosti s interview zmínit, se zabývá Čmejková v publikaci *Styl mediálních dialogů*. Zde uvádí, že v případě mediálního dialogu se nejedná o skutečný dialog, nýbrž o jeho tzv. „institucionalizovanou formu“. Označuje jej za dialog institucionální, neboť se ho účastní moderátor jakožto zástupce instituce rozhlasu nebo televize. O umělosti těchto dialogů svědčí také fakt, že je host omezen pouze na odpovídání na otázky, které mu položí moderátor. Moderátor mimo pokládání otázek také určuje směr dialogu, může posuzovat relevantnost odpovědí hosta a smí také omezovat jejich délku (Čmejková 2013, s. 9). Interview je v českém prostředí dle Čmejkové považováno za seriózní formát s informační funkcí (Čmejková 2013, s. 45–46).

V publikaci *Jazyk, média, politika* je poukazováno na fakt, že mediální dialogy i běžné rozhovory sdílejí společný cíl. Tím je hledání nejvhodnějšího způsobu vyjádření tak, aby další partneři komunikace informaci a její zamýšlený význam pochopili. Liší se však zásadně v tom, že mediální dialogy jsou veřejného rázu. Politik se tedy snaží položených otázek využít k tomu, aby své odpovědi „přehoupl přes stůl moderátora k televizním divákům“ (Čmejková a Hoffmannová 2003, s. 113). Autorky zároveň připomínají, že během interview by host měl respektovat řídicí pozici redaktora a redaktor by měl zachovávat neutralitu k názorům hosta (Čmejková a Hoffmannová 2003, s. 89–90).

Rozdíl mezi pojmy dialog a rozhovor spočívá ve způsobu, jakým je promluva provedena. Český pojem rozhovor se používá v případě mluveného projevu. Pokud se jedná o psanou komunikaci, je vhodnější použít pojem dialog. Slovo hovor označuje komunikaci, která probíhá, tedy ještě nebyla ukončena. Hoffmannová připomíná, že jednou z dalších podmínek dialogu je směřování komunikace k nějakému smysluplnému závěru. Komunikační partneři

by tedy v ideálním případě měli dané téma rozvést tak, aby si na jeho konci alespoň ujasnili vzájemné pozice a své postoje k dané problematice si vysvětlili. Neočekává se ovšem, že by nutně dospěli ke shodě v názorech (Hoffmannová 2017).

Vyjednávání pozic neboli tzv. positioning je pro mediální dialogy příznačný. Jedná se o teorii, která říká, že se komunikační partneři během dialogu staví do různých pozic a je zde zřejmá snaha o zachování vlastní „tváře“. Během dialogu svého komunikačního partnera staví do nepříjemné situace a jeho image se snaží poškodit ve svůj vlastní prospěch (Hoffmannová 2010, s. 79). V případě rozhovorů, které Miloš Zeman poskytuje, si často můžeme všimnout toho, že se přímo či nepřímo snaží stavět do nepříznivého světla samotné novináře a média, pro jež pracují (viz kapitolu 7).

3 Stylotvorné faktory

Jaké výrazové prostředky si účastník komunikace zvolí závisí na okolnostech vnějších i vnitřních, a jeho volba nepochybně ovlivňuje i výslednou podobu interview. Tyto okolnosti se ve stylistice označují jako objektivní a subjektivní stylotvorné faktory, případně slohotvorní činitelé. Jak se píše v knize *Současná stylistika*, objektivními faktory jsou veškeré vlivy, které autora textu či promluvy obklopují. Těmto faktorům je nadřazen pojem komunikační situace, která zahrnuje mimo jiné veškeré komunikanty a kódy. Lingvistky Čechová, Krčmová a Minářová navrhují přiřadit stylotvorné faktory k faktorům tzv. komunikačním, a tedy veškerým oblastem, které utvářejí komunikační situaci (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 76).

3.1 Objektivní stylotvorné faktory

Za objektivní stylotvorný faktor považujeme základní funkci textu, která značně ovlivňuje i samotný styl. Od té se odvíjí dílčí funkce, a tedy cíl komunikace, autorův záměr, ráz komunikace, situace a prostředí komunikace, což úzce souvisí s dobovým kontextem a společenskými okolnostmi (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 78). Jelínek popisuje objektivní stylotvorné faktory jako ty, které „nutí“ původce textu k přizpůsobení, ačkoli ho ovlivňují pouze zvnějšku (Jelínek 2008, s. 707).

3.1.1 Základní funkce textu

Interview, která budou v této práci analyzována, se řadí k publicistickému analytickému stylu. Základní funkcí těchto textů tedy kromě informační funkce je i funkce tzv. persvazivní. Ta se při rozhovoru/dialogu projevuje tím způsobem, že se host snaží formulovat odpovědi na moderátorovy otázky tak, aby zapůsobil na třetí stranu, tedy diváky, posluchače nebo čtenáře. Zároveň je časté, že se během rozhovoru/dialogu snaží manipulovat i samotného moderátora, aby skrze něj dosáhl svého vlastního komunikačního cíle. Mareš uvádí, že zpravidla se za hlavní cíl mediální komunikace považuje šíření informací o událostech, které jsou předmětem veřejného zájmu (Mareš a Kaderka 2016, s. 259). Zpráva, tedy žánr, který se považuje za nejdůležitější v oblasti zpravodajství, má za cíl spravit veřejnost o dění a sloužit k tomu, aby se v něm dobře orientovala (tamtéž). Proti zprávě však stojí i další žánry, jejichž základní funkcí je persvaze, tedy funkce

přesvědčovací, ovlivňovací (Jaklová 2002 cit dle Mareš a Kaderka 2016). Autorka dále uvádí, že v těchto žánrech je zpravidla upozaděna informační funkce a převažují postoje a argumenty účastníků komunikace, čímž je zároveň utvářen a ovlivňován názor recipienta.

Ačkoli by měla být hranice mezi tím, kdy je hlavní funkce textu informační a kdy persvazivní jasně vymezena, především ve sféře mediální komunikace se tyto dvě funkce vzájemně prostupují, a ne vždy je jasné, která je dominující (Mareš a Kaderka 2016, s. 259).

3.1.2 Komunikační kód

Jak píše Čechová, volbu kódu ovlivňují většinou právě ostatní objektivní stylové faktory. Jelikož se jedná o dialog poskytovaný médiím, je mluvčí tímto prostředím „nucen“ volit spisovný kód. Samotná dovednost komunikanta ovládat zvolený kód však již spadá pod subjektivní slohotvorné činitele (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 82). Mareš a Kaderka dále uvádí, že mediální texty psané užívají jako kód přirozený jazyk a vzhledem k cílové skupině je upřednostňován český jazyk (Mareš a Kaderka 2016, s. 262).

Ačkoli redaktoři mají používat výhradně jednoduchý jazyk, Boyd podotýká, že by jednoduchost jazyka neměla přecházet v bezvýraznost vyjadřování. Jazykový kód by však měl být prost zbytečných a „květnatých“ slov a měl by být především konkrétní: „Jak řekl novinář Harold Evans, jednoduché vyjadřování znamená nazývat věci pravými jmény, a ne vytvářet složitá pojmenování.“ (Boyd 1994, s. 40)

Vést běžnou konverzaci považujeme za dovednost samozřejmou, tedy sociální. Realizace tzv. vyššího komunikačního cíle není schopen každý mluvčí, tato dovednost se tudíž nepovažuje za samozřejmou. Abychom si ji osvojili, musíme nejprve dobře ovládat komunikaci běžnou. Dále jsou pak na mluvčího kladeny větší nároky a k realizaci je potřeba patřičného vzdělání (Homoláč a Mrázková 2014, s. 5).

Volbu standardních a nestandardních prostředků ovlivňuje také daná komunikační situace. Tato situace je dynamické povahy a může se tedy proměňovat například v závislosti na tom, jaká je během dialogu nálada nebo o jakém tématu se diskutuje (Čmejrková a Hoffmannová 2003, s. 158). Je ovšem důležité zmínit, že na tom, jak komunikace mezi reportérem a politikem vypadá, má velký podíl posluchač nebo čtenář. Ten ji sice ovlivňuje nepřímo, ale má vliv na její obsah i podobu (McQuail 1969, s. 79).

Ve svých rozborech pracuji s dialogy, jež byly přepsány z mluvené podoby do psané, výsledná podoba kódu je tudíž taktéž psaná. Mareš a Kaderka zdůrazňují, že tyto rozhovory jsou následně upravovány tak, aby byly přijatelné jako mediální texty (Mareš a Kaderka 2016, s. 284). V příručkách pro žurnalisty se hovoří o normách, jež se uplatňují při přetváření dialogů do psané podoby a jež stanovují, do jaké míry může žurnalista text upravit (Čuřík a Burgr 2012, s. 45–46). Rozhovor by měl být přepsán tak, aby čtenář měl co nejmenší obtíže s jeho přečtením. Z tohoto důvodu jsou povoleny drobné úpravy, jako jsou přesuny nebo spojování pronesených výroků, dále pak nahrazování výrazů, pokud je potřeba je přesněji formulovat nebo rozdělení příliš dlouhého souvětí na kratší úseky (Čuřík a Burgr 2012, s. 45–46).

3.1.3 Ráz komunikátu

Rázem komunikátu rozumíme veřejnost či soukromost promluvy (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 83). Vzhledem k povaze analyzovaného materiálu této práce budu nadále pracovat s texty rázu veřejného.

Dialog lze rozdělit na dva typy, a to přímý a nepřímý (Tondl a Kraus 1997, s. 15). V rámci interview mezi Milošem Zemanem a jednotlivými reportéry hovoříme o dialozích, které probíhají přímo mezi dvěma účastníky. Ti na sebe mohou ihned reagovat a vyjádřit tak svůj postoj k tématu. Většinou se odehrávají v mediálním prostředí, ve kterém se počítá i se třetí stranou, pro jejíž „konzumaci“ je tento dialog tvořen. Ta ovšem není přímo zúčastněna a není schopna okamžité zpětné vazby.

3.1.4 Míra připravenosti komunikace

Mediální dialogy tohoto typu jsou texty tzv. polopřipravené. Redaktor je vybaven otázkami předem přichystanými a mířenými na dané aktuální téma. V případě analyzovaných rozhovorů Miloše Zemana s novináři můžeme usoudit, že mohl v předstihu obdržet alespoň okruhy, které se budou probírat. Otázky však host předem většinou neobdrží, jelikož v oblasti politiky je žádoucí, aby se reportérům podařilo získat od hostů co nejautentičtější odpovědi. Připravenost komunikace určuje i prostředí, které je zde oficiální. Komunikanti předem vědí, jaký jazykový kód bude požadován nebo jakého rázu bude daná komunikace.

Za zmínku stojí také fakt, že publicistický text obvykle vzniká rychle, takže i pro mediální dialogy může být vymezen určitý čas a příprava pak může být vlivem časového tlaku omezená. To má vliv i na výslednou podobu komunikátu (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 249).

3.1.5 Místo a čas komunikace

Mezi další objektivní stylové faktory se řadí místo a čas komunikace, které mají výrazný vliv na její průběh a nesporně i na to, jaké jazykové prostředky účastník komunikace volí. Jak již bylo zmíněno v kapitole 3.1.3, vybrané texty se řadí do oblasti veřejné komunikace. Uskutečněné rozhovory tedy probíhají v nepřírodném prostředí. Oba komunikanti jsou osobně přítomni na daném místě a komunikují spolu přímo. Prostor, jež je zmíněn v knize *Současná stylistika* je faktor, který někteří lingvisté odlišují od místa komunikace. Zahrnují sem také to, jaká je vzdálenost mezi komunikujícími a jaký je mezi nimi osobní vztah. Tento faktor může následně ovlivnit i volbu jazykových prostředků (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 84).

Je také nutné zmínit, že mediální dialogy mohou probíhat v jasně vymezeném časovém rozpětí. Tento faktor je zásadní především proto, že často nutí komunikanta zkracovat svou výpověď, a tak mu neposkytne dostatek prostoru k vyjádření svého názoru (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 84).

3.1.6 Téma

Ačkoli téma je jedním z problematických stylových faktorů a jsou lingvisté, kteří ho mezi ně neřadí, má významný vliv nejen na to, jakým způsobem je text uspořádán (na tzv. koherenci textu), ale opět i na to, jaký jazykový kód mluvčí zvolí (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 86). Jelikož u témat lze určit míru závažnosti, můžeme vysledovat i rozdíl v samotném projevu. To, zda se prezident s reportérem pustí do tématu závažného, nebo méně závažného následně významně ovlivňuje průběh samotné diskuse.

Mareš a Kaderka pojímají téma jako stylový faktor, který neřadí k těm hlavním, uvědomují si však jeho důležitost z hlediska posuzování charakteristiky vyjadřování a zdůrazňují, že v této oblasti se bez něj neobejdeme. Tento faktor lze také řadit k subjektivním stylovým činitelům, neboť jeho uchopení odráží spíše autorovu schopnost komunikace.

Významnou roli hraje i to, zda je účastníkovi komunikace téma přiděleno, nebo zda si ho zvolil sám (Mareš a Kaderka 2016, s. 20). Miloš Zeman nevolí v analyzovaném materiálu téma sám, redaktor mu pokládá otázky na téma předem stanovené.

3.1.7 Adresáti

Za adresáta mediálního dialogu považujeme každého, kdo jej vidí, vyslechne nebo jako v tomto případě si ho přečte na internetu nebo v novinách. Tento účastník není přímou složkou komunikace, svůj názor na danou tematiku tedy může vyjádřit jen pomocí dosti omezených prostředků, jako například pomocí telefonátů (dnes již méně časté), dopisů, e-mailů nebo komentářů na sociálních sítích. Ačkoli je dialog tvořen pro posluchače nebo diváky, nejsou jeho přímou součástí, a to i v případech, kdy mohou být přítomni osobně ve studiu. Za možnost vkládat své postoje do dialogu i z třetí strany by se daly považovat případy, kdy publikum dostane prostor klást otázky hostovi. I v analyzovaném materiálu se vyskytují případy, kdy jsou Miloši Zemanovi pokládány otázky diváků prostřednictvím redaktora nebo redaktorky, viz následující příklad (v příkladech se uvádějí zkratky R pro reportéry a MZ pro Miloše Zemana):

R: Ta důvěryhodnost té vakcíny je v podstatě i otazníkem v hlavách našich čtenářů. My dnes jejich otázky budeme pokládat v průběhu tohoto dílu našeho pořadu, a to sice z toho důvodu, že byly opravdu velice aktuální, není to něco, co se dá zařadit nakonec, tak tedy k věci. Jeden dotaz za všechny, pan Pavel Stryk se ptá: „Myslíte si, že Sputnik v Česku bude stoprocentní a bude správná šarže, ne jako na Slovensku? Chci se nechat naočkovat, ale musím tomu věřit.“ (Blesk, 11. 4. 2021)

Dnes mají adresáti stále více možností, jak na dané rozhovory reagovat. Mohou například psát příspěvky přímo pod článkem daného webu nebo na profilu média na sociálních sítích. Tyto reakce a diskuze na webu dokazují, že se pozice recipientů stále více posiluje (Jirák 2006, s. 17).

3.2 Subjektivní stylové faktory

Mimo faktory ovlivňující komunikujícího vně komunikační situace rozlišujeme také ty, které ovlivňuje sám komunikující, tedy subjektivní stylové faktory. Každý účastník komunikace disponuje nějakými kvalitami, které formují výsledný projev. Tyto faktory lze

označit také jako autorské nebo individuální, jelikož zdůrazňují individualitu autora (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 87). Jelínek dále označuje tyto faktory za determinanty, které v sobě zahrnují veškeré psychické i fyzické kompetence ovlivňující výsledek projevu (Jelínek 2008, s. 707).

Jasně stanovený výčet těchto faktorů neexistuje, neboť jejich množství není jednoduché stanovit. Nabyté zkušenosti spolu s výchovou umožňují autorovi do komunikace vnést své názory etické, sociální, ekonomické apod. Spolu s věkem a získanými zkušenostmi výsledný komunikát ovlivňuje také sečtělost a celkový kulturní přehled (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 87). Miloš Zeman je například známý tím, že své projevy neustále prokládá citáty známých osobností nebo frazémy. Za klíčovou se považuje i schopnost mluvčího užívat vhodný komunikační kód nebo to, do jaké míry zná zásady komunikace.

Dalším faktorem, který je v případě naší analýzy nutno zmínit, je schopnost vyjádření postoje k adresátovi (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 88). Interview jsou uskutečňována právě proto, aby ovlivnily třetí stranu, čehož si je mluvčí dobře vědom, svůj jazykový projev tomu tedy musí přizpůsobit. Úspěšný komunikant by měl také vědomě ovládat svůj jazykový projev a být schopen tzv. metajazykového myšlení. Čmejková v souvislosti s mediálními dialogy zmiňuje registr účastníků dialogu a schopnost dodržovat pravidla mediální politické debaty. Do tohoto registru spadají standardizované prostředky, klišé (např. *věc veřejná, kontrola médií*) nebo tzv. politická „hantýrka“ (*voliči nám to sečtou*) (Čmejková 2013, s. 35).

Jedním z nejvýraznějších subjektivních faktorů v případě Miloše Zemana je jeho rétorická schopnost. V knize *Zemanovo finále* zmiňuje autorka jeho zálibu ve čtení. Tu ovšem ve svých pamětech Miloš Zeman opět propojuje s kritikou médií a dodává „Věřím, že kniha – nikoli povrchní surfování po internetu, tím méně krátkodeché výkřiky deníků a týdeníků – je základním zdrojem informací o vnějším světě.“ (cit. dle Pokorná 2023, s. 10)

Sečtělost Miloše Zemana se nepochybně projevuje i v analyzovaném materiálu. V textech se můžeme setkat s nespočtem odkazů na knihy, osobnosti a s pestrou slovní zásobou plnou přirovnání, rčení a citací. Ačkoli se tato bakalářská práce nezabývá mluvenými projevy a analyzuje výhradně texty psané, je nutno zmínit, že dalším subjektivním faktorem spojeným s rétorikou Miloše Zemana je pomalá mluva a výrazná intonace.

Z hlediska slovní zásoby se Miloš Zeman proslavil především svým vulgárním slovníkem. Od ostatních prezidentů, ať už českých nebo zahraničních, se liší tím, že vulgarismy používá vědomě, a to i v rozhovorech s veřejnoprávními médii. Server Aktuálně.cz poukazuje na fakt, že použití vulgarismu vždy upoutává pozornost médií, většinou to však bývají momenty, kdy politici netuší, že jsou slyšet (Aktuálně.cz, 3. 11. 2014). Použití vulgarismů tedy není doména pouze Miloše Zemana, pokud se s nimi ale setkáme u jiných vysoce postavených politických představitelů, nečiní tak zpravidla vědomě pro média.

4 Kompozice mediálního dialogu

Základní výstavba textu neboli kompozice, označuje uspořádanost výsledného komunikátu (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 107). Mediální dialogy jsou značně subjektivizované, tedy více než informační postup se zde uplatňuje postup vyprávěcí. V publicistice se tento postup projevuje v jednodušší formě než např. v uměleckých textech. Projev komunikujícího musí být koherentní a souvislý, proto je vítané užívání prostředků, které zvyšují vnitrotextové vazby (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 108).

Kompozice mediálních dialogů nepochybně vykazuje znaky oficiálnosti, na rozdíl od běžné komunikace mají pravidelnou strukturu. Důvodem je snaha o přehlednost a srozumitelnost, aby si účastníci dialogu „udrželi“ posluchače nebo čtenáře (Hoffmannová 2016, s. 295). Z hlediska kompozice vně textu je kladen důraz na dělení textu na odstavce a jasné rozlišování otázek redaktora a odpovědí hosta. Vnitřní kompozice se v přepsaných textech projevuje především užitím tučného textu pro otázky redaktora, rovněž za účelem přehlednosti textu.

Redaktoři většinou začínají rozhovory krátkým úvodem a pozdravením diváků. Až poté obvykle následuje pozdravení prezidenta. Jedná se o jeden z příkladů, kdy se projevuje nepřirozenost dialogu a to tím, že se zohledňuje publikum, které je pouze tušené. V těchto dialozích se pozornost moderátora štěpí mezi pozvaného hosta a publikum, což se netýká pouze úvodních a závěrečných formulací, ale i otázek, jež jsou hostovi kladeny. Tímto způsobem komunikuje i host, který své názory formuluje spíše směrem k publiku, neboť se ho snaží ovlivnit. O tom, že dialog není pouze mezi dvěma osobami svědčí i fakt, že si účastníci vykájí, přestože v soukromí si často tykají (Čmejrková a Hoffmannová 2003, s. 85).

5 Vymezení publicistického stylu z hlediska výrazových prostředků

Čmejková uvádí, že při poslechu mediálních dialogů můžeme z našeho současného jazyka zaslechnout téměř vše vyjma odborné terminologie náležící odbornému (vědeckému) stylu. V médiích se tedy nevyskytují prostředky, které spadají pod tzv. uzavřené komunity, a to právě proto, že jsou určeny pro širokou veřejnost. Prostředky z nízkého stylu jsou spíše ojedinělé a můžeme se naopak setkat s prvky neutrálními až vyššími (Čmejková 2013, s. 230). V následujících kapitolách představím jednotlivé jazykové roviny a prostředky, které jsou příznačné pro publicistický styl.

5.1 Zvukové jazykové prostředky

Zvukové jazykové prostředky se rozlišují na varianty hláskové a varianty výslovnostní (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 133). Vzhledem k povaze analyzovaného materiálu se budu zaměřovat především na varianty hláskové. Veřejné dialogy s politiky se vyznačují poměrně vysokou mírou spisovnosti a zároveň je kladen důraz na ortoepickou výslovnost. Jak píše Bartošek, zvukové, tvaroslovné a syntaktické prostředky nejsou v oblasti politiky nijak zvlášť nápadné. Kultura projevu politiků a novinářů je podle Bartoška lepší kvality, než se mnohdy proklamuje. Politici se postupně učí reagovat spisovným jazykem i v nepřipravených komunikačních situacích a poměrně zručně a rychle jsou schopni připravit si texty psané (Bartošek 1993, s. 8 cit. dle Bozděchová 2003, s. 157).

V prosloveh politiků k veřejnosti je patrné, že kulturu projevu narušují zejména politici populistických stran. Často diskutovaným politikem s nebyvalou výslovností je v České republice bývalý předseda vlády Andrej Babiš. Jeho výslovnost a chybné skloňování se stalo natolik populárním, že se některé výrazy používají jako hlášky (Nowak, 2021). Kromě záměrného (i nechtěného) užívání takových výrazů nebo slov s nespisovnými koncovkami se tedy můžeme setkat mimo jiné s neortoepickou výslovností. Intonace nebo frázování mohou být užity záměrně tak, aby ironizovaly výpověď mluvčího. Ve své analýze však budu pracovat pouze s psanými texty, z tohoto důvodu se nebudu zaměřovat na výslovnost ani intonaci Miloše Zemana.

Do oblasti zvukové řadíme i to, jak užitá slova znějí, což může být i prostředkem persvaze díky příznakovosti těchto slov. K přesnějšímu vyjádření nějaké skutečnosti nám mohou

pomocí zvukomalebné výrazy neboli onomatopoeie, případně pak např. aliterace neboli výskyt stejných souhlásek na počátku sousedících slov. Do této oblasti spadají i slovní hříčky, které mluvčímu pomáhají oživit jeho výpověď a zaujmout tak posluchače (Březovská 2016, s. 26–27).

5.2 Morfologické jazykové prostředky

Volba slovních druhů a jejich rozmístění v daném projevu má dle Čechové (2008, s. 137) vliv i na jeho styl. Z hlediska frekvence výskytu jednotlivých slovních druhů můžeme říci, že v silném zastoupení v mediálních dialozích budou slovesa. Velmi zřídka se však setkáme například s citoslovci (především v psaných dialozích). Můžeme zpozorovat také vyšší míru číslovek např. v politických debatách, nebo v interview s politikem. Čechová dále upozorňuje na jev, kdy slovesa ztrácí svou plnovýznamovost a přechází v částice (tamtéž). V případě Miloše Zemana tento jev můžeme pozorovat kupříkladu u výrazu *podívejte se*, kterým Miloš Zeman často začíná odpovědi na redaktorovy otázky (viz kapitolu 7).

Dalším pozorovaným jevem jsou např. zvláštnosti v užívání zájmen, na které poukazuje Jedlička. Tzv. přívlastkové *ten* se používá v hovorových projevech a ztrácí svou ukazovací vlastnost. Jako příklad Jedlička uvádí následující úryvek z Čapkových povídek: *Pak ten čahoun hodil ty koberce do auta a odjeli* (Jedlička, Formánková, a Rejmánková 1970, s. 96). S případy užívání zájmena *ten* ve větách, kde nemá jasnou ukazovací vlastnost jsem se setkala i při analyzování mediálních dialogů Miloše Zemana s novináři, viz následující příklad.

R: Pane prezidente, pokud vím, tak zrovna prvním výrokem o tom, že Vám začalo chutnat sladké, jste se dopustil podle odborníků na zdravotnictví nonsensu, kdy jste řekl, že Vaše cukrovka odešla. Už byste toto nějak upravil?

MZ: Ale prosím Vás, ty odborníci jsou jako ten vzteklý dědeček, kterého jste mně tady pouštěla. Byl to samozřejmě vtip. To, že cukrovka odešla, ona neodešla díky konzumaci sladkého jídla, to je ten vtip. Ale na druhé straně, to že odešla, je dáno těmi měřeními, která jsem Vám teď uvedl. (Blesk, 5. 5. 2019)

K podstatným jménům a jejich tvarovým variantám se řadí mimo jiné i forma oslovení (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 138). Nesprávné oslovení se považuje za nespisovné, a tedy nevhodné pro interview mezi politikem a redaktorem (viz kapitolu 6.2).

Dalším jevem příznačným pro oblast mediálních dialogů jsou např. hovorové koncovky. V publikaci *Jazyk, média, politika* se uvádí tvary slov *děkuju* a *přeju*. Dává se také přednost delším tvarům sloves ve 3. osobě plurálu přítomnosti sloves 4. třídy, jež se řadí ke spisovným tvarům (*souvisejí* místo *souvisí*, *uvádějí* místo *uvádí* apod.). Nespisovné tvary se vyskytují ve vyšší míře především během spontánních projevů, kde se mísí se spisovnými tvary. Politici se občas snaží o korektnost až příliš, což vede až k hyperkorektnosti. Příkladem je spojení *oni se tomu dost bránějí* (Čmejrková a Hoffmannová 2003, s. 158). Jedním z častějších jevů je také užívání podstatných jmen abstraktních v množném čísle, která slouží k oživení projevu (Čmejrková 2013, s. 159). V případě analytického publicistického stylu se setkáváme s vyšší mírou emocionality s cílem ovlivnit posluchače. Mluví tedy často užívají tzv. intenzifikátory a výrazy emocionální (např. *dramatické nárůsty*, *velmi silné důrazy jsou kladené na transparentnost* apod.) V těchto projevech se dále vyskytují prostředky, které působí ironicky a útočně. Jako příklad se uvádí např. užívání vlastních jmen v plurálu jako hanlivé označení konkrétní osoby (tamtéž).

5.3 Lexikální jazykové prostředky

Variety slov se vyvíjí především podle doby. Mladší výrazy bývají hovorové a starší naopak knižní. Sklony k neutrálnosti mají výrazy mladší a spadají většinou do běžné komunikace, starší varianty se řadí spíše k jazyku spisovnému (Jedlička, Formánková, a Rejmánková 1970, s. 92). Slovo, které si mluvčí zvolí, svůj význam získá tím, že se spojí s okolními výrazy ve větě. Vždy je tudíž důležité chápat ho v kontextu celé výpovědi. Ve vztahu k dalším členům věty nabývá jednoznačnosti a stává se tzv. pojmenováním (Bečka 1973, s. 21).

V oblasti žurnalistiky nebo publicistiky se setkáme s různorodými jazykovými prostředky, konkrétně spisovnými, hovorovými, knižními i nespisovnými. Specifičnost těchto komunikátů často spočívá právě v užívání nespisovných jazykových prostředků (Minářová 2011, s. 185). Tyto prostředky totiž pomáhají persvazi, která v publicistických textech dominuje. Bývají uváděny v uvozovkách, Minářová ovšem dodává, že to nebývá důsledné

(tamtéž). Oblast žurnalistiky díky své pestrosti značně přispívá k proměně jazyka jako takového.

Hlavním důvodem pro užití neobvyklých výrazů je nejspíš snaha o upoutání pozornosti čtenáře/posluchače nebo skutečnost, že publicistické texty odráží konkrétní dobu a podle toho mluvčí volí své lexikum. Česká stylistika v rámci těchto prostředků rozlišuje termíny automatizace a aktualizace. Za automatizované považujeme ty prostředky, které se vyznačují ustáleností v projevech, a tedy nejsou nápadné. Naopak prostředky aktualizované se užívají k oživení výpovědi. Jsou to buď prostředky úplně nové, nebo se jedná o netradiční užití již známých prostředků (Mareš a Kaderka 2016, s. 269).

Styl publicistický je ze všech stylů nejvíce spjatý s danou dobou. Ačkoli je velká část těchto prostředků poměrně stálá, mluvené i psané projevy v mediální sféře jsou aktivně ovlivňovány společenským děním. V závislosti na době také vznikají nové, pro tento styl typické, publicismy. Mezi ně se řadí jednoslovná slova (*tunelovat*), víceslovná (*časový horizont*) nebo frazémy (*praní špinavých peněz*) (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 250).

Mezi charakteristické výrazové prostředky publicistického stylu řadí Čechová obrazná vyjádření, jež projev aktualizují, zároveň však častějším užíváním přecházejí v automatizované prostředky. Na rozdíl od uměleckého stylu nejsou metafory užívané v mediální sféře těžce dešifrovatelné. Dále Čechová zmiňuje výrazy odrážející konkrétní období, která spadají pod příslušnou oblast, tedy politiku, ekonomiku, kulturu apod. Je zde poukázáno i na fakt, že se slovní zásoba publicistiky odráží do českého jazyka obecně, a to právě z toho důvodu, že reflektuje stav společnosti a aktuální dění. Některé výroky jsou propojeny se známými osobnostmi, které je pronesly. Jako příklad je zde uveden výrok *utahování opasků*, jež pronesl bývalý prezident České republiky Václav Klaus (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 251–253).

Frazémy a idiomy jsou dalšími charakteristickými rysy tohoto stylu. Jako nejčastější typ frazémů uvádí Čechová ty, které jsou běžně užívané, a tedy dobře známé veřejnosti (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 254). Dalším výrazným prvkem jsou takzvané výrazy zobecnující sdělení, jichž se užívá buď záměrně za účelem zachovat nějaké diplomatické zásady, nebo jejich uživatel není patřičně informován o dané problematice, což

ho vede k užití zobecnovacích výrazů jako např. *odpovědná místa, politická scéna* apod. (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 257)

5.4 Syntaktické jazykové prostředky

Z hlediska syntaxe můžeme v oblasti publicistiky pozorovat několik ustálených rysů. Jedním z nich jsou takzvané syntaktické kondenzace. Jedná se o konstrukce s nepůvodními předložkami, tedy výrazy, které se původně užívaly s jinou předložkou (např. *u příležitosti státního svátku, v rámci prohlubování spolupráce*). V oblasti politického zpravodajství také ve vyšší míře dochází k tzv. hromadění genitivních konstrukcí pravděpodobně v důsledku snahy o zařazení co nejvíce termínů do jedné věty (Minářová 2010, s. 60).

Setkáváme se i s imperativy apelujícími na posluchače, např. *mějme vyšší nároky, učiňme vše, posuďte sami*, kterých je užíváno právě proto, aby byl navozen kontakt s posluchačem nebo čtenářem (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 260). Jako prostředek aktualizující projev se používá také specifický druh shodného atributu. Užívá se za účelem zestručnění sdělení a uspořádkání času, např. *mléčné kvóty, tlačítková demokracie²* apod. (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 258)

Nedílnou součástí publicistické sféry jsou též parenteze, které se vyskytují napříč všemi funkčními styly. Některé parenteze jsou však specifické právě pro publicistický styl, kam se řadí ty, které vyjadřují postoj jiných mluvčích. Zároveň fungují jako prostředek k aktualizování projevu (Čechová, Krčmová, a Minářová 2008, s. 258–59). Do parenteze autor vkládá svůj kladný nebo záporný postoj, jako je tomu např. v případě spojení *jak výstižně lidově říkáme* (tamtéž). Těchto stylisticky příznakových výpovědí neužívají jen redaktoři, ale také hosté a především politici, kteří tím mohou přenést odpovědnost za užití příliš expresivního výrazu na někoho jiného (Čmejrková 2011, s. 23–24). Jako příklad distancování od takových výrazů uvádí Čmejrková citaci bývalého premiéra Petra Nečase v pořadu Studio 6: *PN: Jako by to byl největší muzejní lotr – když to přeženu* (tamtéž).

² Jedná se o hlasovací systémy, kde poslanci hlasují stisknutím tlačítka.

6 Vymezení mediálních dialogů z hlediska pragmatické lingvistiky

Výpovědi v oblasti mediálních dialogů mají, jak již bylo uvedeno, velice výraznou persvazivní funkci. Z tohoto důvodu je nutné zmínit i pragmatickou funkci promluv mezi hostem a redaktorem. Tzv. pragmatická lingvistika se zaměřuje na záměr mluvčího, který volí určité jazykové prostředky a zkoumá též účinky jeho jednání (Hoffmannová 1997, s. 102). Výběr vhodných jazykových prostředků není propojen pouze se stylistikou, ale i s pragmatikou, jelikož jsme ovlivněni danou situací, na kterou se pojí také naše jednání, záměr a dopad na adresáta (tamtéž). Hoffmannová dokonce poukazuje na užívání označení *pragmatická stylistika*, tedy stylistika přímo spjatá s řečovým jednáním. Komunikační kompetence mluvčího by měla zahrnovat znalost jazykových prostředků spolu s jejich významy, a tedy i znalost gramatických zásad, díky nimž mluvčí vytvoří větu bez chyb. Tato kompetence se mnohdy označuje za pragmatickou, neboť je tvoření nedefektních vět spjata i s komunikační situací (Hirschová 2004, s. 7).

Během analyzování textů jsem se rozhodla zaměřit se především na následující tři jevy – argumentaci, sociální deixi a verbální agresi.

6.1 Argumentace

Aby si politik obhájil svůj postoj k danému tématu, je nezbytné, aby dokázal dobře argumentovat. Kopecký označuje argumentování za významný typ sociálního jednání. V případě politické komunikace, kam spadají i rozhovory Miloše Zemana, je dobrý argument nástrojem k tomu, aby skrze něj mluvčí ovlivnil posluchače a prosadil si svůj politický cíl (Kopecký 2018, s. 322). Ne vždy si však mluvčí klade za cíl přesvědčit toho druhého o své pravdě. Jeho cílem může být konverzačního partnera pouze „odzbroit“ svým protiargumentem a ubránit se tak před námitkami (tamtéž).

Prostřednictvím argumentací má mluvčí zároveň možnost předvést své rétorické schopnosti. V politické oblasti je schopnost obhájit si svůj názor rozhodující (Kopecký 2018, s. 329). Politický diskurz by měl být založen na kvalitní argumentaci a především pravdivých informacích, které nejsou ovlivněny momentálními preferencemi (Jelínek a Švandová 1999, s. 135). Legitimní argumentace by měla směřovat tzv. k věci a neměla by se snažit diskreditovat oponenta tím, že napadne jeho osobní důstojnost. Je to ovšem právě

v politickém diskurzu, kde se účastníci často snaží napadnout oponentovy osobnostní nebo profesní kvality (Svobodová 2017, s. 322–323).

Pomocí analýzy argumentů můžeme poznávat, se kterými argumenty se čtenáři ztotožňují a je tedy pravděpodobné, že je mluvčí přesvědčí. Kopecký jako příklad takového argumentu uvádí „XY je vhodný kandidát na prezidenta, protože má bohaté zkušenosti s řízením velkých firem.“ Z této argumentace jde dle Kopeckého vyvodit hned několik stanovisek. Například to, že řízení velkých firem je důležitou zkušeností pro to, aby byl XY dobrý prezident. Mohli bychom si z toho vyvodit i to, že řízení velké firmy se podobá řízení státu. Tato přesvědčení jsou pouhými domněnkami, argument však může přesvědčit nespočet recipientů (Kopecký 2018, s. 323).

Pravdivost argumentu, relevance argumentu a věrohodnost mluvčího jsou podmínkami pro přesvědčivý argument (Kopecký 2018, s. 332). Argument může být přesvědčivý jen v tom případě, je-li založen na pravdivém, nesporném tvrzení. Dále by měl obsahově navazovat na probírané téma. Věrohodnost mluvčího má také významný vliv na přijetí proneseného argumentu. Lidé hodnotí nejen reputaci autora, ale i jeho charisma, společenské postavení, národnost, věk, pohlaví, profesi aj. (Kopperschmidt 2000, 68 cit. dle Kopecký 2018, s. 333).

Zejména v politické argumentaci se můžeme setkat s tzv. argumentačními klamy (někdy také označované jako argumentační fauly), které mohou sloužit k manipulaci recipientů/voličů. Tyto argumenty jsou nebezpečné v tom, že není snadné je rozeznat, pokud se v nich čtenář/posluchač dobře neorientuje. Bývají útočné, kritické a snaží se apelovat na emoce adresáta (viz kapitolu 6.3).

6.2 Sociální deixe

Pojem sociální deixe se dá jinak označit jako forma oslovení adresáta (Hirschová 2004, s. 8). Při analýze mediálních dialogů mezi prezidentem České republiky a redaktorem se budu snažit zkoumat záměry hosta, který oslovení používá. Oslovení je nedílnou součástí komunikační etikety českého jazyka. Způsob takového oslovení závisí na komunikační situaci, tedy i na sociálním postavení mluvčího, věku, pohlaví, na míře oficiálnosti dialogu, a dokonce může oslovení indikovat i negativní vztah mluvčího k adresátovi (Čmejrková 1996, s. 42).

Miloš Zeman během svého působení volil nevhodné způsoby oslovení, a to i při oficiálních událostech. Jako příklad lze uvést situaci, kdy na oficiální ceremonii tykal Bohuslavu Sobotkovi, tehdejšímu předsedovi vlády České republiky. Miloš Zeman na něj ukázal holí, pronesl „nastav si to, támhle to máš to vobráceně“ a následně opustil sál během jeho proslovu (Kudláček 2023, s. 96).

Během interview politika s novinářem není přípustné užívat pouze příjmení adresáta, připojuje se k němu též oslovení *pane* nebo *paní*, na které má společenský nárok každý plnoletý člověk (Čmejrková 1996, s. 42). V průběhu konverzace se komunikační partneři opakovaně oslovují, aby udržovali a potvrzovali vzájemný kontakt (Hirschová 2004, s. 9). Pokud dialog směřuje ke konfliktu, lze zpozorovat, že se zvyšuje frekvence oslovení ze strany hosta (Čmejrková 2013, s. 114). S tímto jevem se můžeme setkat u Miloše Zemana, který oslovení užívá jako prostředek ke kritice moderátora (viz kapitolu 7.2.6).

6.3 Verbální agrese a falešné strategie v politické komunikaci

Argument, který mluvčí užije, může být sice přesvědčivý, nemusí být ovšem pravdivý. Takový jev se označuje jako tzv. argumentační faul, klam nebo trik především v případě, že byl tento argument užit záměrně (Machalová 2018, s. 164–165). Machalová uvádí 3 zásady, podle kterých lze argumentační faul identifikovat:

- a) vědomé či nevědomé porušení pravidel logického usuzování;
- b) používání faktů, které nejsou věcné či relevantní;
- c) oslovení emocí, představitivosti, ale i emocí či strachu apod.

Machalová uvádí jako nejčastější argumentační fauly záměrný útěk od tématu, útoky na člověka (tzv. *ad hominem*), společenský apel (tzv. *ad populum*) nebo tzv. klamně analogie.

Jak píše novinář Ján Simkanič, kterého zmiňuje Kudláček v knize *Tohle jsme chtěli*, Miloš Zeman proslul svými řečnickými schopnostmi a promyšlenými argumenty. Jeho argumentace však byly označeny v některých případech za argumentační klamy a manipulační techniky (Kudláček 2023, s. 306).

Jako jeden z příkladů argumentačního klamu, tzv. útěku od tématu uvádí Machalová následující úryvek z pořadu *Otázky Václava Moravce* ze dne 27. 10. 2013 (Machalová 2018, s. 8):

MZ: Výsledky ponese prezident v tom, že výrazně klesne jeho důvěra ve veřejnosti, protože neobstál ve své funkci. A protože my chlapi jsme ješitní, zatímco ženám je tato vlastnost naprosto vzácná, bude tím hluboce zasažena i moje ješitnost. ... Když si ale uvědomím, že ženských političek je poměrně málo, já obdivoval Margaret Thatcherovou, Angelu Merkelovou, ale také Alžbětu Krvavou. Bože, to byly krásné doby. Představte si, že vy byste měl přídomek Moravec Krvavý, jak by se vám asi moderovaly televizní diskuze.

Verbální agrese se velmi často objevuje v oblasti politiky, a to především v politických debatách. V případě interview se též můžeme setkat s případy, kdy host slovně napadne ať už redaktora nebo někoho nepřítomného. Dovednost hájit si své zájmy (více než voličovy) se stávají důležitým prvkem toho, jak politik v médiích působí, tedy jeho politické tváře, kterou se snaží veřejnosti představit. Verbální agresí používají politici jako komunikační nástroj k tomu, aby poukázali na nekompetenci protivníka. Jinak řečeno, opouští legitimní argumentaci (tzv. ad rem) a nahrazují ji neoprávněnými útoky (tzv. ad hominem). Tento typ argumentace může být nepřímý, mluvčí např. užije analogii k tomu, aby ohrozil protivníkovu reputaci a přirovná ho k něčemu, co dost pravděpodobně vyvolá nevoli u publika (Pirie 2006, s. 1).

Ačkoli se politici k falešným strategiím uchylují, zpravidla se snaží vyhnout expresivitě a verbální vulgaritě, které by naopak mohly poškodit jejich pozici u voličů a volí tedy spíše útoky nepřímé. Za agresivní se dá považovat každý komunikát, který plní dva základní cíle: ublížit recipientovi a poškodit jeho sebevědomí, a/nebo získat svým napadením nějakou výhodu. Nelze proto za agresí považovat pouze expresiva a vulgární výrazy (Svobodová 2017, s. 320–322).

Miloš Zeman se během svého působení v politice uchýloval opakovaně k verbální agresi přímé i nepřímé. Jako příklad uvádí Svobodová situaci, kdy ve svém projevu užil i sexuální narážku (Svobodová 2017, s. 321):

MZ: Ale tehdy za vlády MB, přítele kůrovce, jak se sám označil, se k těmto třem ztepilým smrkům připoutaly tři neméně ztepilé dívky z hnutí Duha. A když tam přišli dřevorubci, tyto dívky bránily dřevorubcům v pokácení těchto stromů, a místo toho, aby je tito dřevorubci přeřízli, pardon mám tím (nesrozumitelné přeřeknutí) samozřejmě na mysli ty stromy, já nechápu, proč se smějete, aby je ti dřevorubci přeřízli, tak odešli.

Autor se poškozením adresátů snaží vyvolat komický efekt u posluchačů, což naznačuje vyjádření *nechápu, proč se smějete* a očekávání pozitivního přijetí. Autorka článku nicméně poukazuje na to, že tyto strategie nebývají pro politiky výhodné a mohou si tím poškodit pověst jak u voličů, tak i u ostatních politiků. V politickém diskurzu se objevují také útoky na etnický původ politiků, jako je tomu v následující ukázce ponechané v původní podobě, zkratky označují iniciály jmen politiků (Svobodová 2017, s. 325).

TO: Prioritou musí být jednoznačně občané České republiky, naši předci tady přece po staletí naši zemi budovali.

ZBR: Já jsem chtěla panu poslanci O. poděkovat, že už se cítí natolik Čechem, že má potřebu nás chránit před občany tak zvaných třetích zemí.

Ani jeden z účastníků komunikace zde neargumentuje podle pravidel, neboť jeden užívá apelu na smysl pro vlastenectví, ovšem reakce druhého politika diskredituje jeho etnický původ.

7 Stylistická analýza vybraných rozhovorů

7.1 Kompozice

7.1.1 Horizontální členění textu

Dialogy, se kterými pracuji, mají z hlediska kompozice poměrně jednotnou formu. Jsou členěny na otázky redaktora nebo redaktorky a odpovědi prezidenta Zemana. Textové záznamy rozhovorů pochází z archivu oficiální stránky Miloše Zemana, titulky proto nemají v těchto případech za cíl nalákat čtenáře, pouze informují o tom, kterému médiu prezident rozhovor poskytuje, viz následující příklad: *Rozhovor prezidenta republiky Miloše Zemana pro internetové vysílání webu Blesk „S prezidentem v Lánech“* (Blesk, 17. 4. 2016)

Za titulkem zpravidla následuje pozdrav redaktora k divákům, poté k prezidentovi. Po pozdravu většinou redaktor pokládá otázku k tématu. Ačkoli by během rozhovoru měl redaktor k hostu udržovat neutrální postoj, v následujícím příkladu 1 můžeme vidět, že oficiální rozhovor s prezidentem republiky moderátor Jaromír Soukup začíná důvěrnými a osobními poznámkami a explicitně dává najevo své zaujetí vůči osobě Miloše Zemana:

Příklad 1:

R: Hezký čtvrteční večer, vážení diváci televize Barrandov, vítějte u pravidelného čtvrtečního Týdne s prezidentem. Tentokrát jej předtáčíme ve středu na Pražském hradě, protože pan prezident odlétá ve středu večer na návštěvu Slovenska. Dobrý večer i Vám, pane prezidente.

MZ: Dobrý večer.

R: Pane prezidente, já bych se v té první otázce nebo spíš tématu chtěl vrátit tedy k tolik diskutované mé oslavě narozenin. Já jsem Vám chtěl ještě jednou poděkovat za to, že jste tam přišel, a poděkovat Vám za mimořádně vlídný a vstřícný projev, který jste tam řekl.

Víte, pane prezidente, když jsme spolu už před lety začali dělat, už je to dva roky, co jsme spolu začali dělat rozhovory, tak já jsem k Vám měl respekt, ale byl jste pro mě politik, a postupem času jsem Vás začal považovat za přítele a vzor, tím chci říci

odpověď na tu Vaši otázku v projevu, kterou jste mi položil, a nedostal jsem příležitost na ni odpovědět. Takže já Vám za to ještě jednou děkuji.

MZ: Za málo. Já jsem měl kromě Vašich narozenin také oslavu devadesátých šestých narozenin generála Bočka a v obou případech to bylo velice příjemné. (TV Barrandov, 28. 2. 2019)

Plynulou návaznost a relativnost dialogu ovlivňuje během mediálního dialogu redaktor, který se snaží otázky směřovat k danému tématu a hosta případně navést k odpovědi na položenou otázku. Je běžné, že také určuje začátek a konec dialogu. V příkladu 2 z rozhovoru pro TV Barrandov je ovšem patrné, že i host může tuto skutečnost porušit.

Příklad 2:

R: Děkuji Vám za rozhovor, pane prezidente.

MZ: Ještě nekončíme, pane Soukupe, ještě Vám musím a zejména Vaším divákům, oznámit, že příští týden si na Vás chystám šrapnel a jestli jste někdy sledovali hry Járy da Cimrmana, tak jistě víte, co to šrapnel obnáší. Takže hezký den a těšte se na příští pokračování.

R: Děkuji Vám za rozhovor, pane prezidente.

MZ: Rádo se stalo. (TV Barrandov, 13. 4. 2017)

Jelikož jsou některé dialogy přepisem původně mluveného projevu, zachovávají se tak i části, kde si osoby vzájemně skáčou do řeči (viz příklad 3).

Příklad 3:

MZ: To je zase ta povrchní úvaha, která...

R: Tak na ní zkuste odpovědět.

MZ: ... bude trvat ještě pět let, at' už u Klause nebo u Babiše, kdykoli budeme mít odlišné názory, bude to znamenat konec přátelství nebo konec spolupráce. (...)
(Blesk, 27. 3. 2018)

7.1.2 Vertikální členění textu

Z hlediska vnitřní kompozice je text jednotvárný, nevyskytují se zde žádné výrazné grafické jevy. Otázky moderátora jsou v původním zdroji psány tučným písmem za účelem oddělit je jasně od odpovědí Zemana. Občasně se v textech vyskytují poznámky redakce, pokud je nutné čtenáři poskytnout doplňující informace. Tyto poznámky jsou někdy odlišeny i jinou barvou písma (konkrétně modrou), pravděpodobně proto, aby si čtenář uvědomil, že nejsou součástí promluvy. Poznámky redakce nalezené v analyzovaných textech nejčastěji upřesňují informaci o osobách, které jsou během rozhovoru zmíněny (viz příklad 1), poskytují dovysvětlení termínů, které Zeman užil (viz příklad 2) nebo uvádí překlad z cizího jazyka (viz příklad 3). Ve své analýze jsem se setkala i s případem, kdy poznámka redakce informovala čtenáře o chybném výroku prezidenta (viz příklad 4).

Příklad 1:

R: Část senátorů Vás vyzývá k abdikaci kvůli milosti pro šéfa Lánské obory Miloše Baláka, který byl odsouzen za ovlivňování veřejné zakázky v Lánské oboře. Co na to říkáte?

MZ: No, tak bylo by dobré vědět, že jeden z mých předchůdců udělil milost otcovrahovi, a to proto, že byl synem jeho poradkyně. Jistě víte, o koho se jedná (Martin Odložil, syn gymnastky Věry Čáslavské, zabil v roce 1993 svého otce a známého běžce Josefa Odložila. U soudu dostal za ublížení na zdraví s následkem smrti čtyři roky nepodmíněně. Do vězení ale nakonec nešel. V lednu 1997 totiž dostal milost od Václava Havla - pozn. red.). (...) (MF Dnes, 7. 4. 2022)

V příkladu uvedeném výše je patrné, že zde Miloš Zeman promlouvá k novináři, ne ke čtenářům. Z tohoto důvodu je nasnadě doplnit vysvětlení prostřednictvím poznámky redakce, v opačném případě by adresát přišel o velmi podstatné informace.

Příklad 2:

MZ: Tak zaprvé, pozornost světové veřejnosti se od Ukrajiny odchýlila už dávno. Anexe Krymu, byť protiprávní, je považována za fait accompli (hotová věc, nevratný krok - pozn. red.) (...) (Parlamentní listy, 21. 4. 2016)

Příklad 3:

MZ: (...) Co se týče samochvály vlády, dodal bych: „Better late than never“ (pozdě, ale přece – pozn. red.) (MF Dnes, 26. 1. 2023)

Příklad 4:

MZ: (...) Je zajímavé, že zrovna v úterý bulharský prezident kritizoval dodávky zbraní na Ukrajinu jako přilévání benzínu do ohně. Já s tím sice nesouhlasím, naopak, ale cituji bulharského prezidenta, který je rovněž bývalý generál. No a koneckonců generál Pavel připomněl Ludvíka Svobodu. Chtěl bych tedy dodat, že Ludvík Svoboda byl agentem NKVD (podle některých historiků tomu tak bylo, ale přímé důkazy neexistují – pozn. red.) (...) (MF Dnes, 26. 1. 2023)

7.2 Analýza jazykových prostředků

7.2.1 Zvukové jazykové prostředky

Z hlediska zvukových jazykových prostředků se ve své analýze zaměřím pouze na jevy, které lze sledovat v psaném textu a jejichž užití může vykazovat persvazi. V následujících ukázkách tedy představím několik příkladů aliterace, zvukomalebných slov nebo slovních hříček. Pokud se v textech objeví aliterace, tedy výskyt stejných hlásek na začátku slov, zdá se, že to ve většině případů není autorův záměr. Některé formulace však napomáhají ironickému vyznění reakcí (viz příklad 1) nebo zdůrazňují tvrzení (viz příklad 2).

Příklad 1:

MZ: (...) Víte, že ten CEFC tady začal takovými tak trošku trofejnými investicemi, jako je například fotbalový klub Slavia. (...) (Blesk, 5. 5. 2019)

Příklad 2:

MZ: (...) Myslím si, že tanky T-72 jsou výraznou pomocí Ukrajině a naprosto nemám námitek proti této dodávce. (...) (MF Dnes, 7. 4. 2022)

V rozhovorech Miloše Zemana jsem se také setkala s několika příklady zvukomalby, jinak označované jako onomatopoeie. Tyto prostředky imitují reálný zvuk, užívají se tedy k dokreslení nějaké skutečnosti (viz příklad 3) a mohou být i expresivní (viz příklady 4 a 5).

Příklad 3:

MZ: (...) Znáte ten problém. A je to tak zhruba fifty-fifty, jedni jsou šoupači a druzí jsou antišoupači. A já sedím, a i když mluvím téměř do všeho, paní redaktorko, tak jakmile přijde řeč na toto téma, tak mlčím. A říkám, nejsem ani šoupač, ani antišoupač, vůbec tomu nerozumím, je mi trochu divné, proč šoupat nádražím, no, ale prosím, lidi jsou různí, takže až přijde vášnivá debata na brněnské radnici na téma šoupat či nešoupat nádražím, budu zdvořile poslouchat a pak navrhnou, abychom přešli k jinému tématu. (...) (TV Prima, 24. 1. 2016)

Příklad 4:

MZ: (...) Na druhé straně tu je poštěkávající opozice, která maximálně spáchá hodokvas na Karlově mostě a která bude neustále obviňovat vládu, ať ta dělá cokoli.
(...) (Parlamentní listy, 18. 11. 2020)

Příklad 5:

MZ: (...) A zatřetí, možná, že ta kritika v médiích, já jsem ji moc nesledoval, protože to nestojí za to, je způsobená i tím, že jste některé lidi nepozval, a oni teď vztekle prskají, že jste je nepozval. (TV Barrandov, 28. 2. 2019)

Paronomázie neboli slovní hříčky se v textech nevyskytují. Slovní hříčku, kterou jsem v textech našla (viz příklad 6), nepovažuji za záměrně užitou. Umocňuje ovšem důležitost sdělení.

Příklad 6:

MZ: (...) Ve skutečnosti bych si samozřejmě přál, aby nám vládla vláda s důvěrou.
(...) (Blesk, 24. 6. 2018)

7.2.2 Morfologické jazykové prostředky

Interview mezi novináři a Milošem Zemanem se odehrávají proto, aby předaly konkrétní informace adresátovi spolu s postojem hosta k dané problematice. Má-li adresát obdržet srozumitelnou informaci, je potřeba, aby obě strany užívaly jazykové prostředky, které jsou přesné, úplné, srozumitelné a gramaticky správné (Jílek, Bednaříková, a Svobodová 2016, s. 69). Aby nebyla narušena srozumitelnost informace, měla by se dodržovat pravidla pro

užívání jednotlivých mluvnických kategorií – pád, rod a číslo u jmenných tvarů, u sloves pak především čas a slovesný rod.

Vokativ

Nejvíce výrazným jevem z hlediska pádů je v těchto textech vokativ, na který se zaměřím i v kapitole 7.2.6. Miloš Zeman oslovuje redaktory velmi často a účelem oslovení není pouze navázání kontaktu. Porušení spisovnosti v případě oslovení se považuje za expresivní, jelikož působí nezdvořile. V analyzovaných textech jsem nenarazila na případ, ve kterém by Miloš Zeman užil nespisovnou formu oslovení. V textech se objevují formy oslovení jako *pane Keblůšku, pane Korantengu, pane Plesle, pane Rozumku, pane Soukupe, pane Vaničku* atd.

Demonstrativa

Expresivitu mohou nést i demonstrativa, jako je tomu v případě zájmena *onen* (Jílek, Bednaříková, a Svobodová 2016, s. 101). To je považováno za výraz navozující pocit, že výrok není zcela pravdivý nebo nahrazuje slovo *proslulý, známý* (viz příklady 1 a 2).

Příklad 1:

MZ: No dobře, o neandrtálcích se asi bavít nebudeme, ale pokud jde o Ferdinanda Peroutku, já bych chtěl konstatovat, že onen slavný výrok, když nemůžeme zpívat s anděly, musíme výt s vlky, byl mimo jiné potvrzen profesorem Václavem Černým, což, jak zajisté uznáte, je autorita. (...) (Blesk, 8. 2. 2015)

Příklad 2:

MZ: (...) A jestliže dokonce vyhrožujete konkrétním osobám, tak padá onen beztak hloupý argument policie, že na těch šibenících nebyla konkrétní jména. (...) (MF Dnes, 17. 2. 2022)

Imperativ

Dalším výrazným jevem, který se objevuje v analyzovaných textech, je imperativ. Ten Miloš Zeman užívá jako apel na redaktora a vyzývá ho, aby vyjádřil svůj postoj. Považuje se tudíž za expresivní. V textech se často objevuje imperativ slovesa *uznat*, kdy se Miloš Zeman

dožaduje názoru redaktora a snaží se ho tak dostat na svoji stranu, jak je tomu v následujících příkladech 1 a 2.

Příklad 1:

MZ: (...) Uznejte, že je to laskavé a v podstatě i milé.

R: To nebudu hodnotit. (...) (Blesk, 17. 4. 2016)

Příklad 2:

MZ: (...) Uznejte, že fotbalista, který dostává jako honorář tyhle ty milionové a milionové částky, je přeplácený. (...) (TV Barrandov, 22. 6. 2017)

Předložky

Aby informace byla pro čtenáře nebo posluchače srozumitelná, je potřeba užívat vhodné předložky. Záměna předložek *díky* a *kvůli* může způsobit nedorozumění a pozměnit pozitivní nebo negativní vyznění informace. Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český upozorňuje na fakt, že se význam předložky *díky* postupem času vyprázdnil a je tedy zaměňována za předložku *kvůli*. Autoři však upozorňují na fakt, že pro mnohé čtenáře může mít tato záměna „rušivý“ efekt (Ústav pro jazyk český AV ČR 2023). To se projevuje právě v následujících dvou úryvcích, kde můžeme vidět případy, kdy má informace negativní konotaci, a přesto je užitá předložka *díky*. To může být pro čtenáře matoucí vzhledem k tomu, že se jedná o negativní témata jako je terorismus (viz příklady 1, 2 a 3). Je třeba podotknout, že užití slova *díky* mohlo být záměrné, aby se výpověď ironizovala.

Příklad 1:

MZ: Tak ona to už v minulosti byla strategie a právě díky tomu, že se zvětšila ona základna těch teroristů, tak ty útoky jsou stále častější a častější a jediné řešení, protože odsuzovat to, to je laciné a povrchní, to dělá každý, ale jediné řešení je, zbavit se příčin terorismu. (...) (Blesk, 31. 7. 2016)

Příklad 2:

MZ: (...) A to je poslední věta, nic xenofobního, pane Rozumku, protože já jsem uvítal skvělou integraci vietnamské komunity, dobrou integraci ukrajinské komunity.

Jediné, před čím varuji, je neintegrovatelnost muslimské komunity díky její velmi odlišné kultuře. (...) (Blesk, 8. 1. 2017)

Příklad 3:

MZ: (...) Díky problémům, kvůli kterým jsem poslal do Číny své emisary, se to všechno opozdilo. (...) (MF Dnes, 22. 3. 2018)

Částice

Své odpovědi na redaktorovy otázky Miloš Zeman velice často začíná částicí *nu*, *samozřejmě*, nebo *podívejte se* (více v kapitole 7.2.4). Částice *nu* může v tomto kontextu působit příliš přátelsky, užívá se totiž spíše v hovorovém jazyce. Je běžné, že v mluveném projevu pomáhá udržet plynulost odpovědi. V následujících příkladech může však naznačovat snahu o osobitější styl komunikace (viz příklady 1, 2 a 3). V příkladech 4 a 5 si můžeme všimnout, že výraz *samozřejmě* zde působí jako ujištění posluchačů o jasném postavení prezidenta k nějaké skutečnosti nebo jako nepřímý způsob kritiky novináře za položenou otázku. V analyzovaných textech jsou pasáže, kde je tato částice značně nadužívána.

Příklad 1:

MZ: Nu a teď, vraťme se ještě k té Vaší otázce. (Blesk, 27. 8. 2017)

Příklad 2:

MZ: Ne, ne, ne, ne, kdybyste si to pustil znova, tak byste zjistil, že paní poslankyně označuje pana Hesse za kontroverzní osobnost. Nu a já s ní souhlasím a pouze říkám, že být kontroverzní není nadávka, pane redaktore. (Blesk, 25. 10. 2015)

Příklad 3:

MZ: No tak celkem naprosto evidentní tendence je růst významu Asie, což není jenom Čína, to je i Indie, v budoucnosti patrně Indonésie, v menší míře růst významu Latinské Ameriky, ať je to Brazílie nebo například Mexiko, nu a pokud je o Evropu, tak tam se domnívám, provokace číslo dvě, že žijeme tak trochu nad poměry. (TV Nova, 10. 12. 2015)

Příklad 4:

MZ: Ano, to je samozřejmě pravda. Já jsem samozřejmě rád, že přebytek státního rozpočtu je vysoký, ale když se podíváte na příčiny, tak jednou z příčin je pokles investiční výstavby. A to je samozřejmě chyba, protože my se tady chlubíme růstem hrubého domácího produktu, ale ten nic nevyovídá o výkonnosti ekonomiky, o té vypovídají pouze a jedině investice. (Česká televize, 14. 9. 2016)

Příklad 5:

MZ: Samozřejmě to jméno Vám neřeknu, protože jsem se s tím kandidátem ještě ani neseťkal a nevím, jestli moji nabídku přijme. Ale pokud ano, tak to samozřejmě včas oznámím. (ČTK, 18. 7. 2018)

7.2.3 Lexikální jazykové prostředky

Pro účely této práce jsem se rozhodla zaměřit se v analýze především na výrazy expresivní, příznakové. Je to z toho důvodu, že je Miloš Zeman známý svým pestrým slovníkem a ačkoli se jedná o interview tehdejšího prezidenta republiky s novinářem, nevyhýbá se ani výrazům vulgárním. Jejich užívání v rozhovoru pro Blesk dokonce obhajoval slovy: *Víte, sprostě mluvila celá řada politiků, a jak říká Jaroslav Hašek: „Vulgarismus (sic) je třeba,“ cituji Jaroslava Haška, „použít tak, aby si sednul jako prdel na hrnec.“ Konec citátu Jaroslava Haška (Blesk, 8. 2. 2015). Citování Jaroslava Haška se objevilo ještě v rozhovoru pro TV Prima, kde Miloš Zeman říká: „Já jsem byl vždycky pro to nazývat věci pravými jmény, někdy i za použití sprostých výrazů, pane redaktore, protože, jak říká Jaroslav Hašek v předmluvě ke Švejkovi, vhodně umístěný vulgarismus udělá více než dlouhá věta“ (TV Prima, 26. 6. 2016). Je zde nepochybně patrné, že se Miloš Zeman snaží přiblížit posluchačům jako člověk, který užívá „lidové“ výrazy.*

Zhrubělé výrazy

V reakcích na některé redaktorovy otázky bývalý prezident užívá vulgarismy i k hodnocení. V příkladu 1 hodnotí duševní stav člověka, který s ním nebude souhlasit. V příkladu 2 Miloš Zeman užívá nevhodné přirovnání pomalého vozidla k pomalému dítěti, a navíc vulgárně hodnotí jejich duševní zdraví. V příkladu 3 Miloš Zeman dokonce pobízí redaktorku, aby s užitím vulgárního výrazu souhlasila a legitimizovala jej. Vulgární výrazy Miloš Zeman

směřuje i na konkrétní novináře nebo média, pro něž pracují, jako je tomu v příkladu 4. V příkladu 5 sice nepoužívá vulgarismus, ale uráží novinářskou pozici přirovnáním k prostitutkám. Vyskytují se i případy, kde Miloš Zeman používá vulgární výrazy nepřímo, tedy skrze citování někoho jiného a pomocí odcizovacích vazeb jako v příkladu 6, kde je vulgarismus zároveň tzv. okazionalismus, tedy výraz nově vzniklý a vztahující se ke konkrétní (dočasné) situaci. Zde se můžeme setkat i s výrazem *svinstvo*, který Miloš Zeman označuje jako lidový slovy *česky řečeno*. Dokonce i české přísloví může mít zhrubělý charakter, to můžeme pozorovat v příkladu 4, kde Miloš Zeman užívá typické přirovnání *jaký otec, takový syn*, ale záměrně ho mění (aktualizuje) na *jaká televize, takový moderátor*.

Příklad 1:

MZ: (...) No, já tomu člověku dám dvacátého osmého října státní vyznamenání a nebudu prozrazovat jeho jméno, protože zase nějaký závistivý kretén se bude rozčilovat, jak to, že zrovna on, když jiní jsou údajně daleko lepší. (TV Barrandov, 28. 9. 2017)

Příklad 2:

MZ: To je tak, když rychlost kolony je opravdu určena rychlostí nejpomalejšího vozidla a když učitelé se samozřejmě musí věnovat pouze určité skupině žáků, a to vše, pane redaktore, je potencováno tím, že existuje naprosto nesmýslný předpis, podle něhož dotace školám se vyplácejí podle počtu žáků, takže žádný ředitel si nedovolí vyhodit i naprosto debilního žáka, protože by ztratil část dotací. (...) (TV Prima, 6. 3. 2016)

Příklad 3:

MZ: (...) Tak já jsem řekl lehce dementní, citujte mě přesně. Ale ano, obávám se, že ať už z jakýchkoliv důvodů, jedna zpěvačka dokonce říkala, že Bill Gates nás chce očipovat, a proto očkování odmítá, tak uznejte sama, že toto je dost dementní názor. (TV Prima, 28. 2. 2021)

Příklad 4:

MZ: (...) K čemu teď došlo, kdy moderátor ČT Jakub Železný pošpinil vyznamenané k 28. říjnu, pokládám za další důkaz toho, že Česká televize je mírně řečeno ujetá a

každý drzý fracek, který sám v životě nic nedokázal, může hanit ty, za nimiž je vykonané celoživotní dílo. Ale jak říkám, jaká televize, takový moderátor.
(Parlamentní listy, 19. 11. 2020)

Příklad 5:

MZ: (...) Mám na mysli například Bakalovo mediální impérium, to znamená Hospodářské noviny nebo Respekt, kdy si říkám, já bych zvracel, kdybych měl brát peníze od Zdeňka Bakaly, ale tyhle novinářské prostitutky Zdeněk Bakala živí. Takže, chtěl jste nějaký příklad, koho mám na mysli, a já jsem Vám ten příklad dal. (...)
(Frekvence 1, 26. 3. 2017)

Příklad 6:

MZ: (...) Je to samozřejmě, česky řečeno, svinstvo. Je to pokus podplatit novináře. Já jsem teď četl na sociálních sítích krásný výraz, Bakalovi presstituti. Tak jako Hospodářské noviny, Respekt, Aktuálně.cz nebo Ekonom, což jsou všechno média, která vlastní Zdeněk Bakala, by možná těch 150 milionů uvítala, ale ona je nepotřebují. (...) (Radio Xaver a XTV, 21. 1. 2023)

Hodnotící výrazy

Během interview Miloš Zeman užívá také výrazy odkazující na jevy, jež jsou označovány za společensky nežádoucí a odsuzované, jako příklad mohu uvést pojmenování *otcovrah*, *lhář* nebo *zrada voličů* (případně *zrada na voličích*).

Miloš Zeman v interview používá i silně hodnotící adjektiva, kterými naráží na osobnostní kvality těch, které kritizuje. Během analýzy interview jsem se setkala s výrazy jako *naivní*, *agresivní*, *hloupý*, *neschopný*, *drzý*, *zapšklý*, *nevzdělaný*, *zbabělý*, *závistivý*, *neúspěšný* nebo *nepříliš pracovitý*. Hodnocení mohou nést i slovesa. K tomu Miloš Zeman užívá slovesa jako *zasloužit*, *nezasloužit*, *ocenit*, *odsuzovat*, *vážit si* nebo *obdivovat* (viz příklad 1). V některých případech nabádá i posluchače/čtenáře k hodnocení (viz příklad 2).

Příklad 1:

MZ: (...) Náš rozhovor bych skončil citací jednoho z mála novinářů, kterého obdivuji, a tím je Jan Keller. (...) (Deník, 30. 1. 2016)

Příklad 2:

MZ: (...) Takže snažme se ocenit, protože naše ekonomické výsledky jsou excelentní, právě ty, kdo za ně odpovídají. A to nejsou politici, pane Soukupe, politici si pouze přisvojí tyto výsledky. To jsou zaměstnanci a zaměstnavatelé. (TV Barrandov, 28. 9. 2017)

Sklon k nadsázce, tedy zveličování skutečnosti nalezneme například v případech *vyvolalo obrovský řev* (viz příklad 3), *vykonal obrovskou práci* (viz příklad 4), nebo *byli mimořádně neúspěšní* (viz příklad 5). Výrazy jako *obrovský* nebo *mimořádně* fungují jako tzv. intenzifikátory, tedy zesilují následující slovo. Slovo *řev* je užito v přeneseném významu a expresivně zde označuje silný protest. Pro zesílení tvrzení Miloš Zeman v příkladu 5 užívá i obrat *zářný příklad politické neúspěšnosti*, čímž ironicky graduje předchozí zveličení.

Příklad 3:

MZ: (...) Ale jsou tam samozřejmě výjimky, které mají, jak říká paní ministryně Schillerová, hodnotu až několika desítek miliard korun, a to by na jedné straně zachránilo státní rozpočet, a na druhé straně vyvolalo obrovský řev všech těch lobbistů počínaje zoologickými zahradami. (Blesk, 5. 5. 2019)

Příklad 4:

MZ: (...) Jindřich Forejt jednak vykonal obrovskou práci jako šéf protokolu pro všechny tři prezidenty, pokud se nemýlím. (...) (Blesk, 8. 1. 2017)

Příklad 5:

MZ: Bohužel její ministři byli mimořádně neúspěšní. Dokonce bych řekl, že mohou být právem uváděni jako zářný příklad politické neúspěšnosti. (Playboy, 30. 11. 2017)

Klišé

Ve svých projevech Miloš Zeman užívá i fráze, které jsou označovány za klišé neboli slova, která Just považuje za varovný signál, že nám mluvčí záměrně neříká pravdu (Just 2003, s. 215). V analyzovaných textech jsem jako nejčastější frázi zaznamenala výraz *bonmot* (viz příklady 1 a 2), které by mělo označovat pouze sofistikovanou vtipnou poznámku. Je-li

poznámka spíše jízlivá a nepřátelská, nejedná se o bonmot (Just 2003, s. 19–20). Miloš Zeman se častým užíváním tohoto výrazu proslavil natolik, že se na serveru Wikipedia jeho jméno objevuje právě po boku tohoto výrazu u jeho definice (Wikipedia 2021).

Příklad 1:

MZ: Já už jsem na tohle jednou odpověděl bonmotem. Sešel bych se s dalajlámou tehdy, kdybych já byl duchovní vůdce anebo, kdyby dalajláma byl velký investor. A protože já nejsem duchovní vůdce a dalajláma není velký investor, nevidím důvod, proč se s ním setkávat. (...) (Blesk, 17. 4. 2016)

Příklad 2:

MZ: (...) Já si myslím, že vláda udělala řadu pozitivních kroků. A teď Vám to řeknu tak trošku bonmotem. Někdy je lépe, když vláda nedělá nic, než když ekonomice škodí, protože nula je víc než záporné číslo. A tohle berte opravdu jako bonmot. (Česká televize, 14. 9. 2016)

Další floskulí, kterou Miloš Zeman používá je třešnička na dortu (viz příklady 3, 4 a 5) aneb fráze, která čtenáři navozuje dojem, že daný problém není prioritou, a tudíž není nutné se jím zabývat. Pokud má čtenář opačné pořadí hodnot, není to považováno z pohledu mluvčího za odpovědné (Just 2003, s. 173–175).

Příklad 3:

MZ: A ty parlamentní volby to už je taková třešnička na dortu. (TV Barrandov, 28. 2. 2019)

Příklad 4:

MZ: A já jsem byl velmi rád, když jsem mohl ocenit vysokou úroveň středních škol právě v Ústeckém kraji, a mohu dodat, že v zásadě ta vysoká úroveň je i v jiných krajích, protože ty vysoké školy, při vši úctě k nim, to je třešnička na dortu, a když ten dort pod tou třešničkou je shnilý nebo vysušený, tak co vám ta třešnička pomůže? (TV Barrandov, 5. 10. 2017)

Příklad 5:

MZ: Víte, já nevidím v euru žádný velký symbol. Odmítal jsem takové ty argumentace, které říkaly, že zavedení eura zruší transakční náklady, což neznamena nic jiného, než že nebudeme mít směnárny. To je samozřejmě pravda, ale to je třešnička na dortu. (TV Barrandov, 23. 3. 2017)

Fráze *celá řada* (viz příklady 6, 7 a 8), na kterou dále upozorňuje Just, je označována za spojení nelogické a užívané především proto, aby zastřelo fakt, že mluvčí nezná přesný počet případů a užitím přívlastku *celá* by dával naopak najevo, že přesný počet zná (Just 2003, s. 22–23).

Příklad 6:

MZ: Tak my si samozřejmě všichni vzpomeneme na Berlínskou zeď anebo na železnou oponu, ale nezapomeňte, že oplocení už udělala celá řada zemí, udělalo to Maďarsko, udělala to Makedonie. (Blesk, 31. 7. 2016)

Příklad 7:

MZ: Jinými slovy, ano, těch mediálních příkladů je celá řada, ale já mám vždycky rád ty nejdrastičtější příklady, protože jsou nejvíce vypovídající. (Český rozhlas, 5. 5. 2020)

Příklad 8:

MZ: Víte, Radime, těch vysvětlení je celá řada. (Parlamentní listy, 9. 4. 2017)

Další často se vyskytující fráze v rozhovorech s Milošem Zemanem je výraz *horizont* (viz příklady 9 a 10). Ten je označován za prázdné slovní spojení, které nemá za cíl poskytnout konkrétní údaj, ale naopak ho zastírat (Just 2003, s. 52–53).

Příklad 9:

V dlouhodobém horizontu je to nesmírně velký problém. (Právo, 3. 1. 2015)

Příklad 10:

Tak zaprvé, můj mandát končí už za rok a půl a kromě toho v tomto časovém horizontu, nedojde-li k třetí světové válce, se nedá očekávat nějaký velmi složitý

problém, nehledě na to, že v prezidentském systému je řešení problému jiné než v takzvaném kancléřském systému, kdy řešení je v rukou premiéra. (Frekvence 1, 5. 11. 2021)

Během analyzování textů jsem se také setkala s případem, kdy sám Miloš Zeman upozorňuje na problematiku tohoto spojení a poučuje tak redaktora, který jej užil (viz příklad 11).

Příklad 11:

R: O čem konkrétně by ta spolupráce s Němci a Rusy měla být? V jakém časovém horizontu by k tomu mělo dojít?

MZ: Znáte anekdotu, že horizont je myšlená čára, která se nám vzdaluje úměrně tomu, jak se k ní přibližujeme? Takže považuji za povinnost každého ústavního činitele dělat všechno pro to, abychom na rozdíl od Slovenska nemuseli zastavovat očkování kvůli nedostatku vakcín. A hluboce pohrdám těmi, kteří z vakcinace dělají politickou záležitost. (Parlamentní listy, 10. 3. 2021)

Obrazná vyjádření

V odpovědích na redaktorovy otázky Miloš Zeman užívá obrazná vyjádření, která nejsou většinou těžko pochopitelná. Ozvláštňují prezidentovy odpovědi, které mohou být pro čtenáře zajímavější. Ve vybraném příkladu 12 užívá obrazné vyjádření k přiblížení faktu, že některé věci potřebují přirozený a pomalý vývoj a zároveň naznačuje, že je v politice zapotřebí mít trpělivost. Také kontrast mezi výrazy *velkoustá prohlášení* a *konkrétní výsledky* zdůrazňuje potřebu trpělivosti a odmítá pouhé sliby oproti skutečným výsledkům (viz příklad 1). V příkladu 2 užívá výraz *polibek smrti*, který se v oblasti politiky vyskytuje ve smyslu snížit někomu preference tím, že se mu veřejně vysloví podpora (Wikipedia 2023).

Příklad 1:

MZ: Já bych počkal zhruba rok, protože za rok už takřikajíc vysemení první rostlinka a místo nějakých velkoustých prohlášení budeme vidět konkrétní výsledky. (MF Dnes, 23. 3. 2019)

Příklad 2:

R: Ministryně trvá na tom, že příští nejvyšší žalobce musí vzejít ze soustavy státního zastupitelství, což by diskvalifikovalo například bývalého poslance ČSSD a nynějšího náměstka Benešové Jeronýma Tejce, o němž se také mluvilo. Mohl by podle Vás nový šéf NSZ přijít i zvenčí? A vidíte nějaké kandidáty?

MZ: Kdybych řekl, které kandidáty vidím, dal bych jim logicky polibek smrti. Proto se k tomu nebudu vyjadřovat. Měl bych nějakou představu, ale neřeknu Vám konkrétní jméno. (MF Dnes, 2. 7. 2021)

7.2.4 Syntaktické jazykové prostředky

Vsuvky

Vsuvky neboli parenteze se užívají především k vysvětlení nebo doplnění nějaké poznámky dovnitř věty. Mluvčí parenteze užívají i k tomu, aby výpovědi nezněly příliš odborně, a tedy pro posluchače (čtenáře) méně atraktivně. Vsuvky dodávají výpovědi osobitost, v mluveném projevu jsou často proneseny rychlejším tempem, v psaném projevu odděleny čárkami (Bečka 1973, s. 170). V publicistickém stylu se setkáváme se vsuvkami odkazujícími na lidová rčení nebo přísloví (viz příklady 1, 2 a 3), případně pak odkazují na výpověď jiné osoby.

Příklad 1:

MZ: Takže pozdě bycha honit, jak se říká. (Deník, 23. 3. 2019)

Příklad 2:

MZ: A promiňte, že se opakuji, ale opakování je matka moudrosti, jak se říká (...) (TV Prima, 1. 9. 2013)

Příklad 3:

MZ: Jo, já už jsem to musel nastudovat, tak dlouho, a byl jsem neovlivňován, ale řekněme diskutován s tolika lidmi, že už z toho mám hlavu v pejru, jak se říká, a přece jenom o tom něco vím. (TV Barrandov, 28. 6. 2018)

Jako vsuvka funguje i výraz *tak říkajíc* nebo *takříkajíc*, které se v textech objevuje především tam, kde chce mluvčí výpověď odosobnit a převést odpovědnost za výrok na někoho jiného. Tuto vsuvku mluvčí užívá v případě, že chce vyjádřit myšlenku, která není v danou chvíli vhodná, ale považuje ji za výstižnou (Dvořák 1979). Může nést i znak ironie, kritiky nebo zlehčovat nějakou skutečnost (viz příklady 4 a 5). Miloš Zeman za slovem *takříkajíc* užívá mimo expresivních výrazů i metaforiku (viz příklad 6).

Příklad 4:

MZ: A asi nám oběma si zřejmě stěžoval na to, že jsme Slovensko takříkajíc podtrhli.
(TV Prima, 29. 11. 2015)

Příklad 5:

MZ: A já chápu progresivní zdanění jako výraz solidarity těch bohatších s těmi chudšími, ale jde mi o to, aby výnos tohoto zdanění nebyl rozkraden nebo, aby nebyl takříkajíc rozfofrován pro některé naprosto zbytečné a plýtvavé výdaje státního rozpočtu. (TV Barrandov, 4. 6. 2017)

Příklad 6:

MZ: Já bych počkal zhruba rok, protože za rok už takříkajíc vysemení první rostlinka a místo nějakých velkoustých prohlášení budeme vidět konkrétní výsledky. (MF Dnes, 23. 3. 2019)

Je zajímavé, že se vsuvka *takříkajíc* nebo *tak říkajíc* někdy vyskytuje i tam, kde naopak uvádí výraz pro běžného čtenáře zřejmě neznámý. V příkladech 7 a 8 vidíme výrazy latinského původu *ad hoc* a *lege artis*, tedy odborné výrazy, které se v běžné mluvě spíše nevyskytují. V příkladu 9 zase Miloš Zeman užil německý hovorový výraz *bombenfest*, tedy doslova „odolný vůči bombám“ – v češtině bychom mohli za analogický považovat například výraz „neprůstřelný“.

Příklad 7:

MZ: Ale je to v podstatě prezidentská smlouva takříkajíc ad hoc, jo, která má být ovšem preventivní, to znamená, má zabránit tomu, aby se tato situace neopakovala, nejenom, aby se vyřešila, ale aby se neopakovala. (TV Prima, 24. 1. 2016)

Příklad 8:

MZ: Já si vážím úsilí Pavla Blažka, který, ač je ministrem spravedlnosti, zcela oprávněně svolává také jakýsi energetický kulatý stůl především z hlediska právního, protože i to zastropování musí být tak říkajíc lege artis. (Frekvence 1, 11. 9. 2022)

Příklad 9:

MZ: V opozici můžete plkat různé nesmysly, ale pokud jde o vládní roli, tak tam už musíte říkat věci, které jsou tak říkajíc bombenfest. (Frekvence 1, 16. 1. 2022)

Miloš Zeman užívá vsuvky také za účelem přesvědčit adresáta o pravdivosti jeho výroku. Jsou i případy, kdy odpovědnost za užitý výraz přenáší na redaktora spojením *chcete-li* (viz příklad 10). V odpovědích na redaktorovy otázky Miloš Zeman užívá i obraty, ve kterých zdánlivě omlouvá užitý výraz *zlodějina* tím, že je v podstatě nucen ho použít, protože ho považuje za vhodné označení skutečnosti (viz příklad 11).

Příklad 10:

MZ: To znamená, že přestal fungovat mechanismus zpětné vazby nebo kontroly. Chcete-li sebekontroly. (...) (MF Dnes, 7. 4. 2022)

Příklad 11:

MZ: (...) Ten čistý vývar, ten rozdíl mezi dvěma, dříve jedna sedmdesát pět, ale to teď není podstatné, ten čistý vývar, já nechci používat výrazu zlodějina, ale je poněkud nekvalitní obchod, protože my jsme jako Češi byli vždycky národ strádatelů. (...) (Blesk, 5. 5. 2019)

Intertextualita

Odkazování na to, co řekli jiní, je jeden z typických syntaktických jevů v publicistickém stylu, kde má intertextualita různé podoby a funkce (Minářová 2011, s. 231). Miloš Zeman své odpovědi často propojuje s citacemi jiných osobností nebo s knihami, dokonce i filmy, které považuje za známé (viz příklady 1 a 2). Tyto odkazy slouží jako přirovnání k nějaké aktuální události. Miloš Zeman odkazy k jiným textům užívá mimo jiné i jako ironickou poznámku.

Příklad 1:

MZ: (...) Stejně tak jenom naprostý pitomec mohl moje slova pochopit tak, že je třeba zabít Sekala, pardon, to je film, tedy v tomto případě ministerského předsedu. Stejný idiot by si tento výrok mohl přeložit jako doporučení zastřelit mne. (Deník, 30. 1. 2016)

Příklad 2:

MZ: (...) Charles Darwin v knize O původu druhů napsal jednu moudrou větu, která zní, že největší agrese je agrese vnitrodruhová. Chcete-li to vztáhnout, pane Soukupe, na politiku, tak největší agrese je mezi koaličními partnery. (TV Barrandov, 19. 10. 2017)

Jednou z nejčastěji citovaných osobností v interview Miloše Zemana je Winston Churchill. Miloš Zeman ho nejen cituje, ale v některých případech (viz příklad 3) ho předkládá jako důkaz, že je jeho výrok pravdivý.

Příklad 3:

MZ: (...) Mimochodem, víte, kdo je skutečným autorem výroku: Jen idiot nemění své názory? Vy jste to připisovali mně, protože čeští novináři jsou zpravidla málo informováni, ale ve skutečnosti je autorem tohoto výroku Winston Churchill. (MF Dnes, 7. 4. 2022)

Citace slavných osobností nepochybně mají persvazivní účinek, o to více, jsou-li používány za účelem ztotožnit se s názorem někoho, kdo je ve společnosti uznáván, jak je tomu v následujících příkladech 4, 5 a 6.

Příklad 4:

MZ: Já jsem si teď vzpomněl na Karla Kryla, který říkal, Česku by se mělo říkat země závisti. (Blesk, 5. 5. 2019)

Příklad 5:

MZ: (...) Jinými slovy, můžete mě označit za cynika, který všechno měří penězi, ale jak říkal Václav Klaus, peníze jsou důležité až v první řadě, že. (Blesk, 5. 5. 2019)

Příklad 6:

MZ: Já bych Vám odpověděl citací náčelníka Generálního štábu, armádního generála Opaty, který řekl, nikdo nebude vraždit české vojáky. Tomu padlému českému vojákovu jsem dal samozřejmě medaili Za zásluhy a Vy jste zajisté 28. října viděli, že tam byl i jeho pes. (MF Dnes, 7. 12. 2019)

Dalším syntaktickým jevem, který má za cíl přesvědčit adresáty a ovlivnit jejich názor je užívání imperativů v první osobě plurálu, tzv. kontaktné prostředky (Minářová 2011, s. 232). Tyto prostředky si získávají recipienta na svou stranu tím, že ho zahrnují do výpovědi (viz příklad 7).

Příklad 7:

MZ: Nemluvme o rozdělování společnosti, mluvme o názorech, které je dobré argumentovat. To, co nesnáším v těch internetových diskuzích, je, když tam někdo exhibuje nadávkami, ale nedokáže pro svůj názor říci jediný argument. (Blesk, 5. 5. 2019)

V příkladu 7 můžeme zároveň pozorovat tzv. antitezi, neboli protikladné tvrzení, a to právě ve spojení *Nemluvme o rozdělování společnosti, mluvme o názorech, které je dobré argumentovat*. Do kontaktních prostředků příznačných právě pro styl Miloše Zemana můžeme zařadit i tvar *podívejte se*. Toto sloveso v textech plní funkci částice, stejně tak jako *nu*, kterým bývalý prezident občas začíná větu. Výraz *podívejte se* je často pronášen předtím, než je vyneseno poučení, kritika nebo ironická poznámka (viz příklady 8, 9 a 10).

Příklad 8:

R: (...) Němci do poslední chvíle Putinovi věřili, že na Ukrajinu nezaútočí, a mysleli si, že Rusové chtějí žít v míru a dělat byznys. Proč se v Putinovi tak zmýlili a proč jste se v něm mýlil i Vy?

MZ: Mýlil jsem se v něm naprosto stejně jako Němci. Podívejte se, Putin na počátku své prezidentské kariéry působil jako relativní – a pouze relativní – demokrat. Nu, vzhledem k tomu, že byl ve funkci dlouhou dobu, tak se stalo to, co se lidem v této situaci stává. (MF Dnes, 7. 4. 2022)

Příklad 9:

MZ: (...) Ne, tohle je tak odporné a hloupé klišé, paní Vero. Podívejte se, společnost rozděljuje názor, nikoli člověk. (...) (Blesk, 5. 5. 2019)

Příklad 10:

MZ: Podívejte se, Vy samozřejmě neznáte Ústavu, jako ji nezná téměř žádný novinář. (MF Dnes, 7. 12. 2019)

7.2.5 Argumentační fauly a verbální agrese

Jedná-li se o interview politického zaměření, je potřeba zmínit i problematiku argumentace a tzv. argumentačních klamů. Politik do interview přichází se záměrem získat si posluchače/čtenáře na svou stranu a i v případě novinářů můžeme říci, že se manipulace účastní, neboť mohou prostřednictvím položených otázek politika dostat tam, kam chtějí (Čmejrková 2013, s. 65). Reakce Miloše Zemana v následující ukázce nám ukazuje, že s novinářem manipuluje a určuje, které téma je důležité. Argument *za čtrnáct dní to nebude nikoho zajímat* se dá považovat za argumentační klam, neboť se jedná o neověřitelný fakt. Užitý argument má zde tudíž za cíl ponížit novináře a prosadit si dominantní pozici v interview. Bývalý prezident se zároveň snaží odvést pozornost tím, že diskredituje práci novinářů obecně. Toho dosáhne skrze *staré známé přísloví*, čímž se zároveň odkazuje na něco obecně známé, viz příklad 1.

Příklad 1:

MZ: Jestli máte dojem, že tohle je hlavní věc, která hýbe Českou republikou, tak klidně pokračujte, nicméně mohu Vám jenom citovat staré známé přísloví o novinářích, kteří nejdřív pečlivě oddělí zrna od plev a poté otisknou plevy. Vy se tady zabýváte věcí, která za čtrnáct dní už nebude nikoho zajímat. (Blesk, 27. 3. 2018)

Během rozhovorů Miloš Zeman opírá své argumenty o osoby, které jsou považovány za autority, a tím se snaží přesvědčit posluchače, že jsou jeho argumenty legitimní (viz příklad 2). Tento typ argumentace se označuje jako argumentační klam neboli argumentace dovoláním se na autority (Machalová 2018, s. 12).

Příklad 2:

MZ: Já jsem projel za pět let všechny kraje kromě Prahy pětkrát. Mluvil jsem jak s krajskými zastupiteli, tak se stovkami ředitelů škol. Ten názor proti inkluzi je naprosto jednoznačný. Já jsem dokonce neslyšel člověka, který by ji hájil. (Blesk, 21. 9. 2018) (Blesk, 21. 9. 2018)

Miloš Zeman v příkladu 2 užívá hned několik ovlivňovacích prostředků, které postupně gradují. Zdůraznění číslovkami *pětkrát*, *stovkami*, nebo označením *naprosto jednoznačný* má intenzifikační účinek, ačkoli to nijak nedokazuje pravdivost argumentu. Genitiv záporový *neslyšel člověka* opět zintenzivňuje výpověď mluvčího a má za cíl přesvědčit adresáta o tom, že nikdo z autorit nemá kladný postoj k inkluzi na školách.

V následujícím příkladu 3 Miloš Zeman nejprve reaguje otázkou na to, proč mu redaktorova otázka byla vůbec položena, a odvádí tak pozornost od tématu. Následuje kritika konkrétní osoby místo kritiky na daný argument. Prezident tak místo přímé reakce na původní otázku mění téma a začíná diskutovat o neobjektivitě České televize, uchyluje se dokonce i k vulgarismům jako *blbečka*, *pitomce* nebo *hlupáku*. Ve druhé podtržené pasáži si také můžeme všimnout paradoxu, neboť Miloš Zeman tvrdí, že reaguje *nikoli ad hominem*, a následně užívá vulgarismy útočící přímo na pracovníky České televize.

Příklad 3:

R: Zástupce šéfredaktora zpravodajství veřejnoprávní České televize František Lutonský po úderu tornáda vyvěsil na sociální síti výsledky prezidentských voleb v obcích, které byly nejvíce zasaženy. Ve všech jste vyhrál, tudíž příspěvek působil tak, že šlo snad o nějaký boží trest za Vaši podporu. Co jste tomu říkal?

MZ: Proč mě nutíte, abych reagoval na každého televizního blbečka? I když je to zástupce šéfredaktora zpravodajství. Bez ohledu na to, kdo mě volil a kdo nevolil, jsem vyjádřil upřímnou soustrast obětem, soucit se zraněnými a s těmi, kdo přišli o majetek. Po setkání s Vámi mám na Hradě paní ministryni Schillerovou, chci se u ní přimluvit za rozšíření pomoci postiženým obcím a občanům. Kdybych na to měl reagovat nikoli ad hominem - protože pitomce nemám rád - tak bych vzhledem k tomu, že jde o zástupce šéfredaktora zpravodajství, řekl, že to jen dokazuje, že Česká

televize není objektivní, je to opoziční televize. A pan Lutonský je živým příkladem nejen hlouposti, ale i zaujatosti. Domnívám se, že až skončí obstrukce v Poslanecké sněmovně, budou dovoleni noví členové Rady České televize a že snad dojde k určitým žádoucím personálním přesunům tak, aby Česká televize nebyla nástrojem, dovolím si říci, zaujatých hlupáků. (MF Dnes, 2. 7. 2021)

7.2.6 Sociální deixe

Ačkoli by měli účastníci interview dodržovat zásady oslovování a užívat *pane* nebo *paní* před příjmením osoby, Miloš Zeman tuto zásadu opakovaně porušuje. V některých případech lze dokonce říci, že by se určité formy oslovení daly řadit k verbální agresi, viz *milý pane redaktore* v příkladech níže. V souvislosti s formou oslovení nelze opomenout intonaci, která zásadně ovlivňuje vyznění výpovědi.

V analyzovaných interview jsem se setkala s případy, kdy jsou redaktoři oslovováni pouze křestním jménem, což působí nadřazeně především proto, že v těchto případech následuje kritika novináře nebo média, pro něž pracuje. Moderátorka Vera Renovica pracující pro Blesk je Milošem Zemanem opakovaně oslovována křestním jménem jako *paní Vera*, a to i v případech, kdy ji Miloš Zeman kritizuje (viz příklady 1, 2 a 3).

Příklad 1:

MZ: Ne, tohle je tak odporné a hloupé klišé, paní Vero. (Blesk, 5. 5. 2019)

Příklad 2:

R: Vy jste už na konci července upozorňoval, že je třeba včas evakuovat z Afghánistánu tamní spolupracovníky české ambasády a že jinak je to pro ně rozsudek smrti. Vy jste toto varování čerpal ze zpráv tajných služeb, nebo jak jste věděl, že k tady tomu může dojít?

MZ: Milá paní Vero, kdybych se opíral o zprávy tajných služeb, tak nevím téměř nic. (Blesk, 22. 8. 2021)

Příklad 3:

R: Vy jste předtím mluvil o tom, že pokud pan premiér Babiš neodvolá pana Blatného, vedlo by to ke zhoršení Vašich vztahů, říkal jste to v médiích.

MZ: Kdybyste mě citovala přesně, paní Vero...

R: Já Vás mohu citovat přesně.

MZ: ... tak jsem řekl ne, že by to vedlo ke zhoršení našich vztahů, ale že by to nezlepšilo naše vztahy, to je jemný diplomatický posun. Naučte se diplomatickou hantýrku. (Blesk, 11. 4. 2021)

Redaktor Luboš Xaver Veselý je během interview dokonce osloven pouze křestním jménem *Xavere*, z rozhovorů je však patrné, že má k redaktorovi kladný postoj (viz příklad 4). Ovšem i v tomto případě jde spíše o vyjádření morální převahy ze strany prezidenta, který v podstatě „otcovsky“ kritizuje moderátora (viz příklad 5).

Příklad 4:

R: Naším dnešním hostem je prezident České republiky pan Miloš Zeman. Dobrý den, pane prezidente.

MZ: Dobrý den, Xavere, jsem rád, že Vás po delší době vidím. (Český rozhlas, 5. 2. 2020)

Příklad 5:

R: A teď skupina Ortel. Všechny ty kontroverze kolem toho. Slyšel jste některé texty? Je to přesně ten okamžik, pane prezidente, kde končí svoboda slova?

MZ: Milý Xavere, to už je po Ransdorfovi druhá otázka, kde při první ze mě děláte policejního vyšetřovatele, což nejsem, při druhé hudebního kritika, což taky nejsem. (Frekvence 1, 6. 12. 2015)

V případech, kdy Miloš Zeman užívá korektní oslovení *pane redaktore*, *paní redaktorko* nebo *pane* nebo *paní* a příjmení dané osoby můžeme také upozorovat, že toto oslovení užívá jako prostředek ironie, jelikož používá oslovení tam, kde zároveň kritizuje nebo poučuje o nesprávnosti tvrzení. V těchto případech někdy užívá i označení *milý pane redaktore* jako oslovení s ironickým podtextem (viz příklady 6, 7, 8 a 9). Oslovení se někdy vyskytuje i uprostřed souvětí (viz příklady 8 a 9).

Příklad 6:

R: Pane prezidente, v letošním roce nás čekají sněmovní volby. Vnímáte českou společnost jako rozdělenou?

MZ: Milý pane redaktore, přehled Vašich otázek vyvolává lehký úsměv na mé tváři, protože mně řekněte, která společnost není rozdělená. (Český rozhlas, 11. 1. 2017)

Příklad 7:

MZ: Milý pane redaktore, vidím, že neznáte zákony. (Blesk, 31. 7. 2016)

Příklad 8:

MZ: (...) K tomu tedy nedošlo a milá paní redaktorko, já vím, že tady platí ten citát Karla Kryla, že by Zeman pro bonmot zabil svou vlastní babičku, ale já Vám přesto jeden bonmot, který mě právě teď napadl, ten jsem si nepřipravil, řeknu. (...) (TV Barrandov, 16. 3. 2017)

Příklad 9:

MZ: Ne, ale v každém případě, milá paní redaktorko, tady je celá řada témat, která kvůli Vrběticím házíte pod stůl. Tak mně dovolte, abych dvěma větami, což Vás příliš nezatíží, Vám jenom řekl další téma, které se týká spekulací o předčasných volbách a o vyslovení nedůvěry vládě. A pak se klidně můžeme vrátit k Vašemu milovanému tématu Vrbětice. (...) (TV Prima, 25. 4. 2021)

Miloš Zeman v rozhovorech oslovuje opakovaně v průběhu interview, oslovením někdy uvádí své odpovědi, a to především tam, kde jsou otázky pravděpodobně méně příjemné. I v případě oslovení těch, ke kterým má kladný postoj (jako je např. redaktor Luboš Xaver Veselý), se zdá, že oslovení může pro osloveného působit nadřazeně a příliš familiárně, uvážíme-li, že redaktor oslovuje Miloše Zemana výhradně *pane prezidente*. Čtenáři tak mohou nabýt dojmu, že Miloš Zeman je ve velmi dominantní pozici a poučuje podle něj nezkušené novináře.

Závěr

Tato bakalářská práce se věnuje stylistické analýze vybraných rozhovorů bývalého prezidenta České republiky Miloše Zemana. Cílem bylo identifikovat jazykové prostředky, které bývalý prezident Miloš Zeman užívá k ovlivňování adresátů.

Stylistická analýza byla provedena na 57 rozhovorech, které byly identifikovány prostřednictvím obsahové analýzy souboru 330 rozhovorů, jež bývalý prezident poskytl v časovém období mezi lety 2012 a 2023. Na úvod jsem zhodnotila kompozici textu, poté prodiskutovala jednotlivé jazykové roviny – zvukovou, morfologickou, lexikální, syntaktickou a pragmatickou. V závěru jsem se zaměřila na projevy verbální agrese v interview a na argumentaci včetně argumentačních faulů.

V oblasti zvukových jazykových prostředků jsem objevila několik případů, kdy Miloš Zeman užil onomatopoické výrazy, které pomohly k ironickému vyznění výpovědi. Jelikož jsem vycházela pouze z přepsaných rozhovorů dostupných čtenářům na webové stránce, nehodnotila jsem prostředky spojené s výslovností.

Z příkladů uvedených v analýze morfologických jazykových prostředků můžeme usoudit, že Miloš Zeman občas promlouvá nejen k tušenému publiku, ale i přímo k redaktorovi. Imperativ jako *uznejte* užívá například k ovlivnění jeho vlastního názoru, ačkoli by moderátor měl být pouze prostředkem k předání informace divákovi.

V lexikální rovině jsem se zaměřila především na zhrubělé výrazy, výrazy užitá za účelem hodnocení a často užívaná klišé a vybrala zajímavé ukázky těchto jevů. Během rozhovorů Miloš Zeman užíval vulgarismy mířené především na novináře a média. Užití těchto výrazů může signalizovat snahu o přiblížení se voličům, a tedy ovlivňovat jejich názor na prezidenta. Miloš Zeman také opírá své názory o jiné osoby, které hodnotí kladně nebo pozitivně. Konkrétní výrazy sloužící k hodnocení jsou zmíněny v praktické části. Během analyzování textů jsem narazila také na tzv. floskule a zaměřila se na ty, které se vyskytovaly ve vyšší míře. Z textu lze usoudit, že klišé byla užitá záměrně k ovlivnění posluchače/čtenáře. Jedná se o fráze jako *bonmot*, *celá řada*, nebo *třešnička na dortu*.

V oblasti syntaktických jazykových prostředků jsem se zaměřila především na parenteze, které jsou užitá za účelem přenést odpovědnost za tvrzení na někoho jiného. V textech se ve

vyšší míře vyskytovaly výrazy jako *takříkajíc/ tak říkajíc* nebo *jak se říká*, kde je patrné, že Miloš Zeman užívá lidová rčení a přísloví opět k oživení výpovědi a k přesvědčení adresáta. Výraz *tak říkajíc* se vyskytoval i tam, kde následně bývalý prezident užil výraz méně známý, můžeme tedy usoudit, že dal přednost pestrému slovníku před jistotou, že posluchač porozumí jeho výpovědi. Jako jev typický pro projevy Miloše Zemana bych označila výraz *podívejte se*, který byl v textech užit ve většině analyzovaných mediálních dialogů a fungoval především jako částice, po které následovalo poučení redaktora nebo argument k položené otázce.

Dalším persvazivním prostředkem, na který jsem se ve své analýze zaměřila, byly argumentační klamy. Z uvedených příkladů je patrné, že pomáhají mluvčímu k ovládnutí rozhovoru a manipulaci témat, která se probírají. Především argumenty *ad hominem*, které ponižují redaktora a jeho kompetenci k vykonávání povolání mohou v posluchači/čtenáři vzbudit nedůvěru v média.

Při analýze se také ukázalo, že Miloš Zeman používá ve specifických případech ke kritice novinářů i standardní formální prostředky, jako je oslovení. Během komunikace s nimi také v několika případech porušuje formální oslovování tím, že užívá pouze jejich křestní jméno, což působí nadřazeně.

Je zřejmé, že bakalářská práce popisuje jen omezené množství jevů a má tedy jisté mezery v několika oblastech. Bylo by přínosné porovnat jazykové prostředky Miloše Zemana s dalšími českými prezidenty, např. Václavem Klausem. Bakalářská práce dále opomíjí neverbální komunikační prostředky, intonaci, tempo mluvy a další aspekty, které jsou zásadní pro vyznění kritiky. Může však přiblížit čtenáři fakt, že četnost persvazivních prostředků včetně těch expresivních může ovlivňovat názor voličů a následně podpořit nedůvěru v média a schopnost novinářů, kteří jsou Milošem Zemanem kritizováni nejen v oblasti profesní, ale i v té osobní. Tato práce tak může přispět k lepšímu porozumění těmto ovlivňovacím prostředkům.

Seznam referencí

- Aktuálně.cz, 2014. Zeman jako rarita: Politici mluví vulgárně, ale ne do médií. *Aktuálně.cz*, 3. 11. 2014. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/zku-zas-pr-politici-mluvi-vulgarne-ale-v-soukromi/r~596c67ae634411e4833a0025900fea04/>
- BARTOŠEK, J., 1993. *Jazyk současné české politiky*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého. ISBN 80-7067-331-1.
- BEČKA, J. V., 1973. *Jazyk a styl novin*. Praha: Novinář.
- BOYD, A., 1994. *Příručka pro novináře: zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky.
- BŘEZOVSKÁ, K., 2016. *Prostředky persvaze v současném politickém diskurzu*. Brno. Diplomová práce. Masarykova univerzita.
- ČECHOVÁ, M., M. KRČMOVÁ, E. MINÁŘOVÁ 2008. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-961-4.
- ČMEJRKOVÁ, S., 2011. Jazykové vědomí a jazyková praxe českých mluvčích: Jazykový management v mediálních projevech. *Přednášky z 54. běhu Letní školy slovanských studií*, s. 14–25. Praha: Univerzita Karlova.
- ČMEJRKOVÁ, S., DANEŠ, F., KRAUS, J., SVOBODOVÁ, I., 1996. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha: Academia. ISBN: 80-200-0589-7.
- ČMEJRKOVÁ, S., HAVLÍK, M., HOFFMANNOVÁ, J., MÜLLEROVÁ, O., ZEMAN, J., 2013. *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia. ISBN: 978-80-200-2267-7.
- ČMEJRKOVÁ, S., HOFFMANNOVÁ, J., 2003. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia. ISBN: 80-200-1034-3.
- ČUŘÍK, J., BURGR, R., 2012. *Nové trendy v médiích. I, Online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN: 978-80-210-5825-5.
- DVOŘÁK, E., 1979. Tak říkajíc / takříkajíc. *Naše řeč*, ročník 62, číslo 2, s. 105-107.
- HIRSCHOVÁ, M., 2004. Obecná pragmatika a pragmatika češtiny. *Slovo a slovesnost*, ročník 65, číslo 1, s. 3–15.
- HOFFMANNOVÁ, J., 1997. *Stylistika a--: současná situace stylistiky*. Praha: Trizonia. ISBN: 80-85573-67-9.
- HOFFMANNOVÁ, J., 2010. Styl mediálního dialogu a vyjednávání pozic (na příkladu české talk show). *Stylistyka*, ročník XIX, s. 80–96.
- HOFFMANNOVÁ, J., 2017. Dialog. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/DIALOG>

- HOFFMANNOVÁ, J., HOMOLÁČ, J., CHVALOVSKÁ, E., JÍLKOVÁ, L., KADERKA, P. et. al., 2016. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia. ISBN: 978-80-200-2566-1.
- HOMOLÁČ, J., MRÁZKOVÁ, K., 2014. K stylistickému hodnocení jazykových prostředků, zvláště lexikálních. *Slovo a slovesnost*, ročník 75, číslo 1, s. 3–38.
- iDNES, 2016. Zeman rozděluje společnost a připravuje si klima pro volby, řekl Sobotka. *iDNES*, 31. 1. 2016. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/zeman-rozdeluje-spolecnost-rekl-sobotka.A160131_131717_domaci_zt
- JADRNÁ, A., 2023. Zemanova éra: rozštěpení společnosti. *iRozhlas*, 8. 3. 2023. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/milos-zeman-konec-mandatu-prezident-prezidenti-cr-2023_2303080500_ako
- JAKLOVÁ, A., 2002. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech. *Naše řeč*, ročník 85, číslo 4, s. 169–176.
- JEDLIČKA, A., FORMÁNKOVÁ, V., REJMÁNKOVÁ, M., 1970. *Základy české stylistiky*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- JELÍNEK, M., 2008. *Stylistika. Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. ISBN: 978-80-7106-980-5.
- JELÍNEK, M., ŠVANDOVÁ, B., 1999. *Argumentace a umění komunikovat*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-2186-1.
- JÍLEK, V., BEDNAŘÍKOVÁ, B., SVOBODOVÁ, J., 2016. *Jazyk moderátorů Událostí, hlavního zpravodajského pořadu České televize*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN: 978-80-244-5125-1.
- JIRÁK, J., 2006. Diskuse o užívání spisovné češtiny z hlediska medializace veřejné a soukromé komunikace. *Naše řeč*, ročník 89, číslo 1, s. 15–20.
- JUST, V., 2003. *Slovník floskulí: malá encyklopedie polistopadového newspeaku: klišé, slogany, hantýrky, tiky, partiové metafory, slovní smogy*. Praha: Academia. ISBN: 978-80-200-1153-4
- KOPECKÝ, J., 2018. Argumentace v jazykové interakci. *Slovo a slovesnost*, ročník 79, číslo 4, s. 322–344.
- KUDLÁČEK, J., 2023. *Tohle jsme chtěli*. Praha: N Media, a. s. ISBN: 978-80-88433-25-5.
- MACHALOVÁ, T., 2018. *Akademické psaní pro právníky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o. ISBN: 978-80-7380-738-2.
- MAREŠ, P., KADERKA, P., 2016. Sféra mediální komunikace. *Stylistika mluvené a psané češtiny*, s. 255–337. Praha: Academia. ISBN: 978-80-200-2566-1.

- MCQUAIL, D., 1965. Uncertainty about the Audience and the Organization of Mass Communications. *The Sociological review*. Ročník 13, s. 75–84.
- MINÁŘOVÁ, E., 2010. *Stylistika češtiny*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN: 978-80-210-4973-4.
- MINÁŘOVÁ, E., 2011. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada publishing. ISBN: 978-80-247-2979-4.
- NOWAK, J., 2. 1. 2021. Babišova svérázná čeština se stala předmětem diplomové práce. Zase jsme v něčem první. *Forum 24*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/babisova-sverazna-cestina-se-stala-predmetem-diplomove-prace-zase-jsme-v-necem-prvni>
- PIRIE, M., 2006. *How to win every argument: the use and abuse of logic*. London: Continuum. ISBN: ISBN 978-0-8264-9006-3.
- POKORNÁ, Z., 2023. *Zemanovo finále*. Praha: N média, a. s. ISBN: 978-80-88433-36-1.
- SVOBODOVÁ, J., 2017. Falešná argumentace a verbální agrese v politické komunikaci. *Bohemistyka*, ročník 17, číslo 4, s. 317–332.
- TONDL, L., KRAUS, J., 1997. *Dialog: sémiotické rozměry a rozhraní dialogu*. Praha: Filosofía. ISBN: 80-7007-092-7.
- Ústav pro jazyk český AV ČR, 2023. Slovesné a jmenné vazby. *Internetová jazyková příručka*. Online, cit. 3. 12. 2023. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?id=620>
- Wikipedia, 2021. Bonmot. *Wikipedia*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Bonmot>
- Wikipedia, 2023. Polibek. *Wikipedia*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Polibek>

Seznam citovaných rozhovorů

- Blesk, 21. 9. 2018. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-blesk-304966.htm>
- Blesk, 11. 4. 2021. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-bleskcz.htm>
- Blesk, 17. 4. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-milose-zemana-pro-internetove-vysilani-webu-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9C-418687.htm>

Blesk, 22. 8. 2021. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-bleskcz-978966.htm>

Blesk, 24. 6. 2018. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-internetove-vysilani-webu-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9D-2910.htm>

Blesk, 25. 10. 2015. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-milose-zemana-pro-internetove-vysilani-webu-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9C-410551.htm>

Blesk, 27. 3. 2018. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-internetove-vysilani-webu-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9D-6634.htm>

Blesk, 27. 8. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-milose-zemana-pro-internetove-vysilani-webu-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9C-353101.htm>

Blesk, 31. 7. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-milose-zemana-pro-internetove-vysilani-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9C.htm>

Blesk, 5. 5. 2019. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-milose-zemana-pro-internetove-vysilani-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech--217574.htm>

Blesk, 8. 1. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-milose-zemana-pro-internetove-vysilani-webu-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9C-5547.htm>

Blesk, 8. 2. 2015. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-milose-zemana-pro-internetove-vysilani-webu-bleskcz-%E2%80%9Es-prezidentem-v-lanech%E2%80%9C.htm>

- Česká televize, 14. 9. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-ceskou-televizi-81591.htm>
- Český rozhlas, 11. 1. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-cesky-rozhlas-497314.htm>
- Český rozhlas, 5. 2. 2020. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-ceskeho-rozhlasu-xaver-a-host-185840.htm>
- Český rozhlas, 5. 5. 2020. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-cesky-rozhlas-radiozurnal-727898.htm>
- ČTK, 18. 7. 2018. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-ctk-941955.htm>
- Deník, 23. 3. 2019. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-denik-448506.htm>
- Deník, 30. 1. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-denik-528523.htm>
- Frekvence 1, 11. 9. 2022. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-press-klub-frekvence-1-615561.htm>
- Frekvence 1, 16. 1. 2022. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-prezidentsky-press-klub-na-frekvenci-1.htm>
- Frekvence 1, 26. 3. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-press-klub-na-frekvenci-1-458492.htm>
- Frekvence 1, 5. 11. 2021. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-frekvenci-1-81738.htm>

Frekvence 1, 6. 12. 2015. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-prezidentsky-pressklub-frekvence-1-945801.htm>

MF Dnes, 17. 2. 2022. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-mf-dnes-734144.htm>

MF Dnes, 2. 7. 2021. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-mf-dnes-164421.htm>

MF Dnes, 22. 3. 2018. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-mf-dnes.htm>

MF Dnes, 23. 3. 2019. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-mladou-frontu-dnes-469371.htm>

MF Dnes, 26. 1. 2023. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-mladou-frontu-dnes-355905.htm>

MF Dnes, 7. 12. 2019. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-mf-dnes-180400.htm>

MF Dnes, 7. 4. 2022. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezident-republiky-pro-mf-dnes-322280.htm>

Parlamentní listy, 10. 3. 2021. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-parlamentni-listy-664870.htm>

Parlamentní listy, 18. 11. 2020. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-parlamentni-listy-403327.htm>

Parlamentní listy, 19. 11. 2020. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-parlamentni-listy-791219.htm>

Parlamentní listy, 21. 4. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-parlamentni-listy180728.htm>

Parlamentní listy, 9. 4. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-parlamentni-listy-712914.htm>

Playboy, 30. 11. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-casopis-playboy-437763.htm>

Právo, 3. 1. 2015. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-denik-pravo-904692.htm>

Radio Xaver a XTV, 21. 1. 2023. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-xtv-a-radio-xaver-228980.htm>

TV Barrandov, 13. 4. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-311861.htm>

TV Barrandov, 16. 3. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-118548.htm>

TV Barrandov, 19. 10. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-813409.htm>

TV Barrandov, 22. 6. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-542355.htm>

TV Barrandov, 23. 3. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-831523.htm>

TV Barrandov, 28. 2. 2019. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s--prezidentem%E2%80%9C-708687.htm>

TV Barrandov, 28. 6. 2018. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-246256.htm>

TV Barrandov, 28. 9. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-747029.htm>

TV Barrandov, 4. 6. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-559904.htm>

TV Barrandov, 5. 10. 2017. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-barrandov-%E2%80%9Et%C3%BDden-s-prezidentem%E2%80%9C-372153.htm>

TV Nova, 10. 12. 2015. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-parlamentni-listy-pri-ukonceni-navstevy-usteckeho-kraje-731489.htm>

TV Prima, 1. 9. 2013. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-prima-partie.htm>

TV Prima, 24. 1. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-partii-ftv-prima-670167.htm>

TV Prima, 25. 4. 2021. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-prima-partie-terezie-tomankove-390020.htm>

TV Prima, 26. 6. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-prima-partie---.htm>

TV Prima, 28. 2. 2021. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-prima-partie-terezie-tomankove-329407.htm>

TV Prima, 29. 11. 2015. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-partii-ftv-prima.htm>

TV Prima, 6. 3. 2016. *Miloš Zeman – oficiální webové stránky*. Online, cit. 2. 12. 2023.
Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-porad-tv-prima-partie-577379.htm>