Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra obecné lingvistiky

Komplexní analýza prezidentovy komunikace s veřejností

magisterská diplomová práce

Autor: Bc. Eva Štichová

Vedoucí práce: Mgr. Petra Vaculíková

Olomouc

2018

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci „Komplexní analýza prezidentovy komunikace s veřejností“ vypracovala samostatně a uvedla jsem veškerou použitou literaturu a veškeré použité zdroje.

V Olomouci dne 20. 8. 2018 Podpis

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala svojí rodině, která mě při studiu podporovala, a věřili mi. Ráda bych poděkovala příteli Lukášovi, který mě podporoval, vařil mi dobroty a přežil celé moje magisterské studium.

Nesmím zapomenout ani na Péťu, který se mě snažil vždycky přivést na jiné myšlenky, a hlavně na celý tým hasičů z SDH Zahořany, že také neztráceli naději a věřili, že jednou tu práci dokončím.

Děkuji vedoucí diplomové práce Mgr. Petře Vaculíkové, za to, že se rozhodla mi vést tuto diplomovou práci, za cenné rady a především trpělivost, kterou se mnou měla.

Abstrakt

Název práce: Komplexní analýza prezidentovy komunikace s veřejností

Autor práce: Bc. Eva Štichová

Vedoucí práce: Mgr. Petra Vaculíková

Počet stran a znaků: 78 stran, 164 164 znaků

Počet příloh: 1 CD

Abstrakt:

Diplomová práce se zabývá komplexní analýzou PR komunikace prezidenta republiky. Jsou sledována data ve stanoveném termínu, která komunikuje přímo Hrad, tedy prezident Ing. Miloš Zeman nebo jeho tiskový mluvčí Jiří Ovčáček. V rámci analýzy diskurzu je provedena analýza komunikačních procesů a textů za účelem zjištění úspěšnosti a efektu komunikace. Hodnotí se užití komunikačních kanálů, způsob komunikace, komunikační funkce, obsahově – pragmatických částí, nocionální a pragmatické obsahy. Mezi použité zdroje patří online média jako hrad.cz, zpravodajské servery a sociální sítě. Následná analýza navazuje na metodickou příručku Komplexní analýza komunikačního procesu a textu (1987). Analýza se zaměřuje na určení komunikačních funkcí, označení témat a identifikaci nocionálních a pragmatických obsahů. Z analýzy za pomoci softwaru na frekvenční analýzu dat bude zjištěno, jak probíhá prezidentova komunikace s veřejností.

Klíčová slova: komunikace, PR komunikace, komunikační mix, komunikační prostředky, kritická analýza diskurzu, analýza komunikačního procesu, tiskový mluvčí, prezident

Abstract

Title: Complex analysis of president's public communication

Author: Bc. Eva Štichová

Supervisor: Mgr. Petra Vaculíková

Number of pages and characters: 78 pages, 164 164 characters

Number of appendices: 1 CD

Abstract:

Diploma theses deals with complex analysis of president's public communication. Data are monitored in exact period, which Hrad communicate, mean Ing. Miloš Zeman and his spokesperson Jiří Ovčáček. According to discourse analysis it is done an analysis of communication processes and text in case of success and communication effect. Judged is use of communication channels, communication mode, communicative functions, content-pragmatic units, notional and pragmatic meanings in of all the texts. Used source based on online media such as hrad.cz, news servers and social media. Following analysis is based on book Complex analysis of communication process and text (1987). Evaluation will be based on communicative functions, main themes and notional and pragmatic meanings. Frequent analysis will be based on software and research will provide results how president communicate with public.

Keywords: PR communication: communication, PR communication, communication mix, communication means, critical analysis of discourse, analysis of communication process, press agent, president

Obsah

I. Úvod ... 8
II. Teoretická část ... 9
1 Komunikace ... 9
1.1 Pojetí komunikace ... 9
1.2 Obsah a záměr komunikace ... 12
1.3 Komunikační mix ... 12
1.4 Text ... 13
1.5 Analýza komunikačního procesu a textu ... 15
1.5.3.4 Objektová struktura ... 19
1.6 Popis použitých nástrojů ... 21
III. Praktická část ... 22
2 Analýza celkového užití jednotlivých komunikačních cest ... 22
2.1 Primární zdroje ... 22
2.2 Sekundární zdroje ... 23
3 Analýza komunikačních funkcí ... 24
3.1 KF prezidenta republiky z primárních zdrojů ... 25
3.2 KF tiskového mluvčího z primárních zdrojů – psané ... 28
3.3 KF tiskového mluvčího z primárních zdrojů – mluvené ... 31
3.4 KF sekundárních zdrojů ... 33
4 Analýza témat ... 45
4.1 Témata prezidenta republiky z primárních zdrojů ... 45
4.2 Témata tiskového mluvčího z primárních zdrojů – psané ... 47
4.3 Témata tiskového mluvčího z primárních zdrojů – mluvené ... 49
4.4 Témata sekundárních zdrojů ... 50
5 Analýza nocionálních a pragmatických obsahů ... 57
5.1 Nocionální a pragmatické obsahy prezidenta republiky z primárních zdrojů ... 57
5.2 Nocionální a pragmatické obsahy tiskového mluvčího z primárních zdrojů – psané ... 59
5.3 Nocionální a pragmatické obsahy tiskového mluvčího z primárních zdrojů – mluvené ... 61
5.4 Nocionální a pragmatické obsahy sekundárních zdrojů ... 63
6 Závěr ... 74
Seznam obrázků: ... 82

Seznam grafů:..... 82

I. Úvod

Komunikace s veřejností je v dnešní době velice důležitá, obzvláště pokud se jedná o komunikaci malé, střední nebo velké společnosti, instituce nebo pouze jednotlivce. Takové komunikaci se říká PR komunikace neboli Public relations, tedy vztahy s veřejností. (Ftorek, s.29)

Teoretická část bude věnována komunikaci jako sociálnímu jevu. Hlavní pozornost bude zaměřena na funkci komunikace, teorii komunikačního procesu a deskripci jednotlivých prvků (komunikant, komunikátor, kanál, směr komunikace, obsah sdělení, záměr a efekt komunikace, vyjadřovací prostředky).

V praktické části se zaměřím na analýzu konkrétní PR komunikace, a to prezidenta České republiky Ing. Miloše Zemana a jeho tiskového mluvčího Jiřího Ovčáčka. Materiálovou bázi pro analýzu tvoří data, pro jejichž sběr bylo zvoleno období 1. 1. 2018 – 9. 1. 2018. Data byla vyhledávána nejen na oficiálních stránkách Hradu, ale také na sociálních sítích a v sekundárních médiích. Všechna data jsou k nalezení online a v CD příloze této diplomové práce.

V rámci práce bude provedena třístupňová funkční analýza, která je vysoce inspirovaná Kořenským a kol. (1987). V rámci analytického aparátu je pro zjištění komunikačních strategií uplatněna metoda identifikace komunikačních funkcí, zaměření se na tematizaci a také identifikaci pragmatických obsahů. Aparát byl poskládán tak, aby byla co největší validita a reliabilita výsledků.

II. Teoretická část

V teoretické části bude vymezen pojem komunikace, komunikační proces a jeho analýza spolu s konverzační analýzou. Jedná se především o představení metodologického aparátu pro komunikační rozbor, nikoliv o představení marketingové komunikace ve vztazích s veřejností.

1 Komunikace

Termín komunikace vychází z latinského *communicatio,* což znamená sdílení nebo sdělení a lze takto definovat i přenos informací pomocí znaků/symbolů. *Komunikace* je přenos informace, která může být nositelem významu, včetně technického zprostředkování přenosu, mezi emitorem a adresátem. Začíná se zformováním sdělení, které má být odesláno, a po jejím vyhodnocením/přijetím následuje interakce. (Meixnerová, [online])

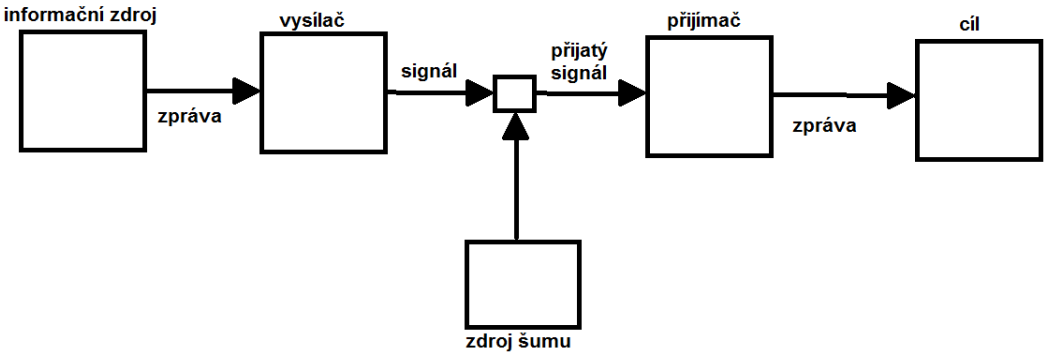
Komunikace je důležitou součástí většiny oborů ať už jde o politiku, finance, obchod, elektroniku nebo další. Jednání i komunikaci ovlivňuje řada faktorů kulturních, fyzických, časových a také psychosociálních. Nejprve je třeba si uvědomit, že člověk komunikuje dle dříve nabytých zkušeností, zvyků, potřeb, postojů nebo kulturních predispozic, což ovlivňuje povahu celé komunikace. Z tohoto důvodů je třeba brát v potaz také historický, sociální a kulturní komunikační kontext. (Kraus, s.7-8)

1.1 Pojetí komunikace

Komunikaci se věnovali již např. sofisté ve starověkém Řecku. Počátek moderní komunikační teorie se počítá od kybernetické tradice, teorie komunikace jako obor se konstituovala koncem 40. let 20. stol. (Shannon, Weaver, kybernetická teorie komunikace, teorie informace-odkaz), což souvisí s rozvojem kybernetiky, informatiky a teorie informace. V 60. letech obohacen o popis masové komunikace.

Obecná teorie komunikace zahrnuje oblast matematickou, fyzikální, biologickou, fyziologickou a společenskou. (Lamser, 1969) Vychází tak z teorie informace, elektrotechnika a matematika Clauda E. Shannona a jeho stěžejní práce „A Mathematical Theory of Communication“, kterou formuloval v roce 1948 v *The Bell*

System Technical Journal. Jeho přístup ke komunikaci je znám jako (kybernetická) teorie informace (information theory) nebo teorie komunikace (communication theory).



Obrázek 1 - Převzato od Shannon, 1948, s. 2

Obecná teorie komunikace by vždy měla brát v potaz také aspekty komunikace mající základ v biologických predispozicích stejně jako její symbolické, osvojené aspekty. V tomto pojetí je kladen důraz na sociální podmíněnost komunikace. V této souvislosti se ve společenských vědách často setkáváme s pojmem sociální komunikace. Použití tohoto termínu má za cíl zdůraznit, že se komunikace uskutečňuje vždy v sociálním styku. Sociální jednání může být tedy definováno jako rozvinutá sociální interakce prostřednictvím symbolů. (Kunczik, 1995)

Komunikace může probíhat v přímém sociálním kontaktu, tváří v tvář prostřednictvím smyslových kanálů (osobní komunikace), nebo v nepřímém sociálním kontaktu prostřednictvím materiálních či nemateriálních prostředků jako je telefon, internet, televize atd. (neosobní komunikace).

Ve skutečnosti v moderní civilizaci převládá nepřímá komunikace nad přímou, původně právě v důsledku širokého používání hromadných sdělovacích prostředků. Po zavedení mobilů ovšem už toto komunikační médium samo o sobě znamená významné snížení podílu přímé komunikace na celkové mezilidské komunikaci. Přímou komunikaci můžeme rozdělit na verbální a neverbální (nonverbální). (Meixnerová, [online])

Verbální komunikace je znakový systém založený na slovech. Toto rozlišení je zásadně důležité, protože odpovídá přístupu několika dalších vědních oborů a vytváří tak

spojovací článek komunikační vědy a zároveň vystihuje významné odlišnosti dvou typů komunikace.

Oproti tomu neverbální komunikace není omezena pouze na komunikaci vizuální. Zahrnuje výrazy tváře, gesta (na řeči nezávislá nebo s řečí související), paralingvistiku (hlasová komunikace, která souvisí s jazykovými kódy; tón hlasu, hlasitost, barva hlasu, intonace, tempo, styl řeči, přízvuk, rytmus...), posturologie, kinesika a proxemika (liší se sociokulturně), vizika, haptiku, vzhled a chronemiku (Trpišovská, Vacínová, 2007). Ideálně se tak v přímé interakci můžeme setkat s komunikací verbální i neverbální, jak bude možné si názorně ukázat v praktické části na rozhovoru.

Další možné dělení komunikace je na interpersonální, intrapersonální a masovou. Komunikace intrapersonální lze definovat jako vnitřní komunikaci, vnitřní dialog. Komunikace interpersonální probíhá mezi dvěma a více lidmi, kteří mezi sebou mají nějaký vztah. Nejrelevantnějším typem komunikace, pod který spadá i téma předkládané práce je masová komunikace. Jde především o komunikaci prostřednictvím medií (rádio, televizi, tisk, internet). (Meixnerová, [online])

1.2 Obsah a záměr komunikace

Obsah komunikace je informace nebo sdělení, které je prostřednictvím kanálu předáváno od komunikátora ke komunikantu za pomocí vyjadřovacích prostředků (Trpišovská, Vacínová, 2007). V každé komunikaci však nejde pouze o sdělení nebo předání informace, ale především o komunikaci samotnou. Nejčastěji jde o sociální kontakt nebo interakci. S obsahem souvisí i sociální adekvátnost komunikace, tudíž se předpokládá, že komunikace bude v souladu se sociálním kontextem a prostředím. Obsah komunikace ovlivňuje především sociální role a postavení komunikátora. Jsou role, u kterých je očekávání jak po stránce obsahové, tak jazykové. Takové očekávání je především u lidí s vyšším vzděláním, vyšším sociálním postavením nebo vysokou funkcí.

Obsah obvykle přímo směřuje ke komunikačnímu záměru. Jde o motiv, se kterým vstupují všichni účastníci do komunikačního procesu. Podle Reichela (2008) i Nakonečného (2009) jde o především o dosažení určitého cíle za účelem uspokojení sociálních potřeb nebo splnění povinností (závazků).

1.3 Komunikační mix

Komunikační mix, konkrétně marketingový komunikační mix, je součástí marketingového mixu a je souborem nástrojů pro marketingovou komunikaci. Prostřednictvím těchto nástrojů společnost či instituce realizuje své cíle osobní i neosobní formou komunikace.

Public relations, v překladu vztahy s veřejností, dále pouze PR – jedná se o komunikaci s veřejností a formování vzájemného vztahu. PR jsou tak důležitou součástí sociální komunikace, jedná se tak o cílenou a dlouhodobou činnost. PR je často zaměňováno s reklamou, což není správně. Největším rozdílem jsou prostředky, kterými je zpráva předávána. PR na rozdíl od reklamy využívá i jiných nástrojů než medií. Cílovou skupinou pro PR jsou, obchodní partneři, podporovatelé, ale také široká veřejnost včetně médií a státní správy. Cílem je vzbudit pozitivní vztah skrze důvěryhodnost, která plyne z nezávislého sdělení. Efektivita PR komunikace je snadno měřitelná a vztah s veřejností je během na dlouhou trať, a nejen tím se public relations odlišují od nástrojů markentingového mixu.

V této práci se budu zabývat jinou formou PR, a to především využitím tzv. Media relations, což lze přeložit jako vztahy s médii a patří sem tiskové zprávy, tiskové konference, výroční zprávy nebo publicita. Důležité je, udržovat aktivní vztah s médii a případně ho i budovat. Být aktivní znamená poskytovat rozhovory, pořádat tiskové konference, pravidelné zasílání informací nebo výroční zpráv. Publicita, a tudíž i zájem médií může být pozitivní i negativní. V případě negativního sdělení je na místě určitá spolupráce s médii, která mohou dopomoci ke zlepšení pozice.

Denisa Kasl Kollmanová ve své disertační práci z roku 2010 také specifikuje pojem politický marketing, kde vychází z marketingové komunikace. Popisuje ji jako oblast, která spojuje marketingovou a politickou komunikaci, jelikož jejich cíle jsou takřka totožné: přiblížit politika jeho voličům. Objektem marketingové komunikace tak nemusí být vždy nějaký produkt či společnost, ale také osoba, v tomto případě politik. Hlavním cílem bývá jedna ze dvou věcí, udržet nebo zvýšit zájem o politika nebo zlepšit image politika. Politická komunikace tak nemusí mířit pouze ven, tedy k veřejnosti, ale může mít za cíl upozornit kolegy a oponenty na politické scéně (Přikrylová, Jahodová, 2010).

Webové stránky jsou nejrozšířenějším pomocníkem při komunikaci. Cílem je informování, budování povědomí a utváření vztahu s veřejností. Uživatel by měl na stránkách najít všechny potřebné informace, proto je také důležitý vzhled stránky, konzistentnost, přehlednost a aktuálnost. Mezi důležité záložky patří aktuality nebo sekce pro média, kde je možné dohledat tiskové zprávy (Přikrylová, Jahodová, 2010).

On-line média nebo také sociální média jako jsou facebook.com, twitter.com nebo linkedin.com se dnes využívají k prezentaci společnosti, komunikaci s veřejností nebo k pouhému informování. Uživatelé sociálních médií jsou velmi aktivní, je tedy pravděpodobnější, že je oslovíte touto cestou. Důležité je rozeznat pravé a nepravé účty. Tedy oficiální účet jedince nebo společnosti od neoficiálního, fanouškovského profilu (Přikrylová, Jahodová, 2010).

1.4 Text

Pro analýzu textu je důležité stanovit si definici textu. „Text se v obecném jazykovém úzu rozumí „tištěný nebo psaný záznam jazykového projevu“ (SSJČ, 1989 VI:154) v rozsahu delším než věta, který je smysluplný, formálně i obsahově uzavřený, mající

určitou funkci a podle druhu či typu textu i určitou strukturu, která se konkretizuje v interakci.“ (Nekula, CzechEncy – Text [online]) Textem se v lingvistice primárně zabývá textová lingvistika, která definuje text jako komplexní a uspořádaný. Text by měl splňovat určité zásady jako jsou koheze, koherence, informativnost, intertextovost, přijatelnost nebo situativnost jak píše Nekula v Nové encyklopedickém slovníku češtiny.

Textová lingvistika se dělí na konverzační analýzu, která se zaměřuje na dialogické texty a diskurzivní analýzu, který zkoumá soubory textových událostí. „V české textové lingvistice významně zapůsobil především výklad aktuálního členění větného, v němž rozlišení známé a neznámé, resp. kontextově zapojené a nezapojené informace předpokládá informační strukturu výpovědi a reflektuje při tom i roli kontextu, na jehož pozadí je výpověď formulována. V případě verbálního kontextu pak nutně jde o významový vztah zkoumané výpovědi k jiné výpovědi či jiným výpovědím, který se stal východiskem pro rozvíjení myšlenek Pražské školy v kontextu textové lingvistiky.“ (Nekula, CzechEncy – Textová lingvistika [online])

1.4.1 Typy textu

Základní rozdělení je na mluvenou a psanou formu. Tato diplomová práce se primárně zabývá psanou formou, a to i v případě přepisů rozhorů nebo projevů. Pro projevy a rozhovory prezidenta republiky je typická spontánnost. Další typickou vlastností prezidentových projevů je agresivita až vulgárnost. Jazyková agrese je řečový akt, který může nahrazovat fyzickou agresi. Zároveň vyjadřuje nepřátelskou poznámku, výsměch, urážku nebo výhružku. Může mít za cíl dehonestaci nebo úmyslnou újmu osobně, skupině osob nebo společnosti (Gazda, s. 2 [online]).

Další manipulativní technikou je ironie nebo nálepkování, které využívá Jiří Ovčáček. Ironie patří konkrétně mezi skrytou manipulativní techniku, jelikož nemusí být hned rozeznatelná. Ironie může být doprovázena nebo přímo nahrazena sarkasmem (Gazda, s. 3 [online]). Nálepkování znamená, zařazení oponenta do nežádoucí skupiny na základě zobecňování nebo irelevantní charakteristiky oponentových vlastností, které snižují jeho hodnotu (Plamínek, s. 63-64).

1.5 Analýza komunikačního procesu a textu

Harrold D. Lasswell popisuje komunikační proces jednoduše takto: *„Kdo říká, co, jakým kanálem, ke komu, s jakým účinkem.“* (Lasswell, 1948, s.117)

Struktura následující části je převzata částečně z knihy prof. Jana Kořenského, Analýza komunikačního procesu a textu, 1987.

1.5.1 Komunikační událost a její společenský kontext

Pojem komunikační událost je východiskem celého průběhu komunikace v konkrétní komunikační situaci. Důležité jsou některé rysy společenské situace, v níž dochází k analyzované komunikaci. Jde především o dynamické sociální skutečnosti jako jsou charakteristické znaky společenského života na daném místě, jeho hospodářská situace nebo normy jednání a chování). Je třeba také vymezit komunikační kontext, vztah komunikační události k jiným událostem v rámci určité podobnosti tematické nebo obsahové. Dále je nutno představit komunikační situaci, ve které událost probíhá. Měla by zachycovat výsek reálné sociální skutečnosti na základě celkové společenské situace. Komplexní charakteristika komunikační situace je jedinečnou konstelací faktorů: počet účastníků komunikace, jejich komunikační, psychologické a sociální

charakteristiky, vzájemné vztahy, prostor uskutečňované komunikace a zařazení předmětů i významů v něm, časové zařazení a její časový průběh (doba trvání) atd. Častou součástí společné činnosti komunikantů je intersubjektivní dorozumívání v konkrétní komunikační situaci. Proto je důležité zachytit souvislosti mezi určitou praktickou činností, sdělovacími potřebami, a konkrétní motivovanou komunikací (Kořenský, Hoffmannová, Müllerová, 1987, s. 58).

1.5.1.1 Komunikační situace

Jedná se o soubor okolností, za kterých a ve kterých se ona určitá řečová činnost (jazyková interakce, řečové jednání, komunikace) odehrává a které okolnosti komunikační události ji ovlivňují a spoluvytvářejí. Rozdíly komunikační situace jsou v šíři a komplexnosti jejího chápání. Při charakterizaci jde především o co nejpřesnější popis a je potřeba brát v úvahu prostředí, časové a prostorové okolnosti komunikace nebo jazykový kontext. Pokud se baví o prostředí, je nutno vědět, kde ke komunikaci dochází, abychom určili možný výskyt šumů. Rozdíly jsou také mezi komunikací přímou a nepřímou (zprostředkovanou). Zprostředkovaná komunikace se ještě dělí na možnosti spojení, jestli se jedná pouze o zvukovou (auditivní) jako je například telefonický hovor, o komunikaci čistě psanou jako jsou dopisy nebo textové zprávy, nebo se jedná o simultánní komunikaci, kde je možný obrazový i zvukový přenos. Nesmíme zapomenout ani na kontext jazykový, kdy každou komunikační funkcí a obsahem měníme znalosti a postoje komunikantů. Dalším charakteristickým rysem jsou osoby komunikantů, jejich role, vzájemné vztahy v dané situaci, například pohlaví, věk, dosažené vzdělání, sociální postavení aj. (Hirschová, [online]).

Jedná se tedy o vše, co může mít na situaci vliv. Více je popsáno v kapitole 1.1 Pojetí komunikace.

1.5.2 Komunikační kontext

Komunikační kontext je schopnost textů, navazovat na další texty. Tomuto tématu se věnuje Jiří Homoláč v textech nazvaných transtextovost a její typy ve Slovu a Slovesnosti nebo Vladimír Trpka v naučném textu o Intertextovosti v Novém encyklopedickém slovníku češtiny.

V případě této diplomové práce se jedná především o mezitextové navazování v sekundárních médiích, kde je odkazováno na pretexty. Odkazy jsou obvykle hypertextové, jelikož se jedná o elektronická média a odkaz na pretexty je jednoduchý. Odkazování může být také signalizováno přímo na jméno autora pretextu, jmenování aktéru nebo přiblížení konkrétní situace, která značí čtenáři, že má text chápat intertextově. (Homoláč, SaS[1] [online])

1.5.3 Struktura komunikační události

1.5.3.1 Sociálně psychologická

Sociálně psychologická struktura komunikační funkce je charakterizována vztahy, vlastnostmi, společenskými pozicemi atd. osoby nebo osobné, které účastní komunikačního procesu aktivně nebo pasivně. Takové osoby nazýváme komunikanty, kteří plní určité komunikační role. Komunikaci můžeme rozdělit na monologickou a dialogickou. Monolog může být mluvený nebo psaný, aktivnímu účastníkovy komunikace se říká mluvčí v případě mluveného monologu a autor v případě psaného monologu. Pokud je text pro konkrétní skupinu, jedná se o adresáty, kterým je komunikace určena. Pokud z textu nelze určit adresnost, může se jednat o pasivní příjemce. V případě mluveného monologu se jedná o posluchače. V případě dialogu, který je obvykle mluvený jde o reálná dialog se střídáním komunikačních rolí.

Dále je třeba znát osobnostní strukturu komunikantu, jaké jsou jeho komunikační vztahy. Konkrétně jaké je jeho sociální role nebo jaké jsou jeho sociální vztahy. K charakteristice těch to vztahů je třeba znát faktory ovlivňující průběh komunikace jako je vzdálenost časová nebo prostorová, jestli se jedná o komunikaci rozhlasovou nebo rádiovou nebo jestli se jedná o přímý nebo nepřímý kontakt. (Kořenský, s. 22)

1.5.3.2 Pragmatická struktura komunikační funkce

Komunikační funkce je termín Miroslava Grepla, který jej charakterizuje jako záměr, s jakým je výpověď produkována konkrétnímu adresátovi v určité komunikační situaci. Podle Searlovy Teorie mluvních aktů se mluvčí snaží nejen adresátovi něco předat, ale také dosáhnout určitého efektu. Efektem může být změna názoru adresáta, přesvědčení k nějakému činu, včetně řečové akce. Základním efektem je informovat adresáta.

[1] SaS – Slovo a Slovesnost, periodikum

(Grepl, [online]). „Celkový smysl výpovědi se skládá ze dvou složek: z propozičního obsahu (= co se říká) a z aktuální komunikační funkce (= s jakým cílem (úmyslem, záměrem) se to říká): symbolicky komunikační funkce(o).“ (Grepl, [online]).

Tato diplomová práce bude užívat rozdělení komunikačních funkcí dle Hisrchové (1988). Zavádí rozdělení do tří kategorií funkce konstrukční, ilokuční a strategická. Pro účely této práce se budeme primárně věnovat funkci strategické, která nemá ostré hranice a je možné tak postihnou přesněji komunikační funkci mluvčího. Indikátory komunikačních funkcí je také užitá slovní zásoba, slovesný způsob nebo slovosled (Grepl, [online]).

Nocionální a pragmatické obsahy budou určovány na základě toho co víme o objektově pragmatických jednotkách dané komunikační události. Obsahy nocionální jsou to, co skutečně říkáme o „stavu světa“ nebo jeho objektech. Pragmatickými obsahy hodnotíme a říkáme něco navíc (Kořenský, s. 41). Pragmatické obsahy souvisí s persvazí textu, kterou charakterizuje Jáklová v periodiku Naše řeč (2002). Jedná se o jeden z rysů publicistického stylu, kam v současné době náleží texty reklamní a funkční styl rétorický. „Charakter persvaze je v současných českých publicistických textech velice různorodý, a to v mnoha ohledech. Základní rozdíl spočívající ve formě, intenzitě i explicitnosti persvaze je dán již samotným typem periodika.“ (Jáklová, s. 169-176) Hlavní rozdíly tak mohou být mezi periodiky seriózními a bulvárními. Jedná se o persvazivní komunikační strategii, která se skládá z prostředku verbálních a neverbální. Tato práce se zabývá primárně texty psanými, tedy verbálními prostředky persvaze jako je stylistika nebo rétorika jednotlivých textů (Jáklová, s. 169-176).

1.5.3.3 Tematicko-obsahová struktura

Tematická analýza se řídí podle témat jednotlivých vět. Témata vět se v textech často proměňují, jejich proměňování však vytváří koherenci textu (Daneš, 1968). Tématem komunikace bývá „to, o čem se mluví“ (Daneš, 1968).

„Hawes (2010) při definování tématu vychází z Hallidayova pojetí (1985, s. 38), které rozšiřuje o další prvky a uvědomuje si, že téma nemusí stát pouze na začátku výpovědi. Při zkoumání tematizace jde o zjištění toho, co je ve výpovědi tematizováno. Zajímá nás tedy, na jaké mimojazykové skutečnosti je v tématech výpovědí odkazováno.

Hawes navrhuje dělení na tři základní sémantické kategorie s možností různých podkategorií na základě odlišných výrazových prostředků.

Témata mohou být následující:

1) Člověk (lidský participant)
   a) Diskurzivní participant (The Sun, we) – social actor – nomination strategies, Wodak
   b) Zájmenný participant
   c) Jmenný participant
   d) Titulovaný participant
   e) Institucionální participant

   Sémantické podkategorie:

   f) Ženský participant
   g) Mužský participant
   h) Vládní participant
   i) Opoziční participant
2) Mimojazykové skutečnosti z tohoto světa (např. zvířata, věci nebo myšlenky)
   a) Nelidský participant
   b) Abstraktní participant
   c) Negativní participant
3) Nevyjádřený participant (neparticipant)“ (Martinková, s. 67)

1.5.3.4 Objektová struktura

1.5.3.4.1 Komunikační kanál

Komunikační kanál (informační nebo přenosový kanál) může být médium nebo prostředek, který pomáhá k přenosu sdělení mezi komunikátorem a komunikantem. Komunikační spojení je možné uskutečnit za předpokladu určitých prostředků a podmínek např. technických, organizačních, systémových, fyzikálních, chemických, somatických atd. (Kunczik, 1995).

Za nejužívanější smyslové kanály se považuje auditivní a vizuální, které využíváme i při neosobní komunikaci. V přímé komunikaci hrají podstatnou roli i další smysly. Vizuální kanál je úzce spjat s užíváním písma, jelikož do té doby se většina komunikace předávala ústně.

1.5.3.4.2 Komunikační prostředky

Prostředky komunikace lze rozdělit například podle toho, kdo/co je nosičem informace. Může to být člověk samotný, kulturní symboly jako je jazyk nebo jeho různá nářečí nebo technické komunikační prostředky, kam se řadí masmédia, internet, sociální sítě aj. Jelikož se tato práce bude zabývat komunikací psanou, je důležité přiblížit si především pojem technické komunikační prostředky a vše, co k nim patří (DeVito, J. A. (2008).

- MASMÉDIA – lze je dělit na veřejnoprávní a komerční a hlavní rozdíl je, že veřejnoprávní média podléhají legislativě (poplatky, kodex). Veřejnoprávní média máme pouze dvě, rozhlas – Český rozhlas Radiožurnál a televizi - Česká televize
    - TISK
    - ROZHLAS
    - TELEVIZE
- INTERNET
- SOCIÁLNÍ SÍTĚ – fungují především díky internetu. Jde o webové služby, které umožňují registrovaným uživatelům komunikaci. Komunikace probíhá jednak přímo mezi dvěma účastníky, ale také skupinovou diskuzí. Historie sociálních sítí sahá do roku 19997, kdy vznikla první síť – SixDegrees. Pro tuto práci je třeba si uvést hlavní sociální sítě, kterou dnes hojně využívané nejen ke komunikaci osobní, ale i firemní, podnikové. Jedná se o Twitter a Facebook. Facebook, který vznikl v roce 2004 jako univerzitní sociální síť. Facebook se stal rychle oblíbeným nejen na všech univerzitách ve Velké Británii, ale později také na středních školách, a nakonec od roku 2006 si získal také širokou veřejnost. Facebook patří k nejužívanější sociální síti vůbec a jsou na něm registrováni jedinci i společnosti. Pokud jste například firma, která má mimořádně zavřeno, tuto informaci je ideální dát první na facebookové stránky, kde to uvidí všichni, kdo Vaši stránku sledují a Ti to, při vhodném nastavení, mohou sdílet dál. Tak se o tom dozví široká veřejnost mnohem rychleji než přes oficiální internetové stránky. Druhou komunikační platformou je Twitter vznikl v roce 2006 jako microblog, kde je možné komunikovat pomocí tzv. tweetů, které jsou omezené na 140 znaků. Dnes jí využívají celebrity, politici, společnosti, ale také jedinci. (preceden.com)

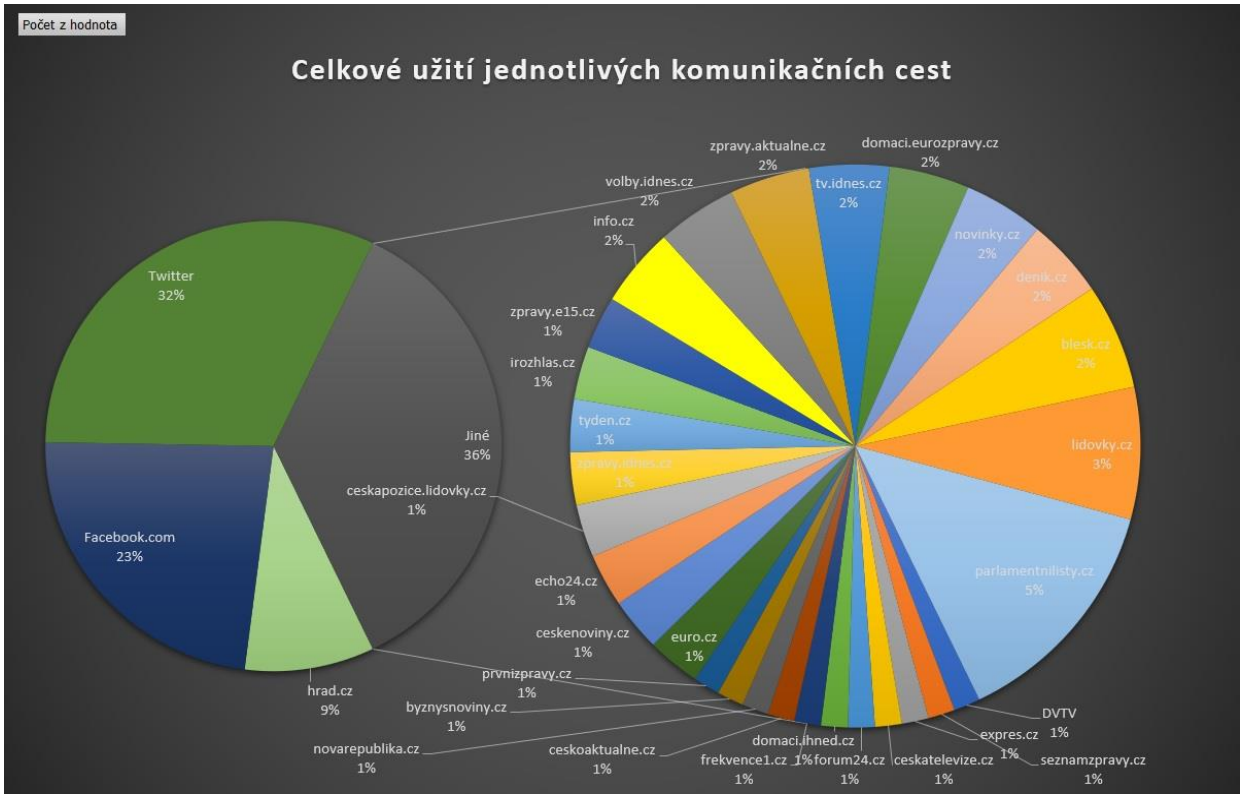
1.6 Popis použitých nástrojů

Pro frekvenční analýzu jsem si zvolala nástroj voyant-tool.org. Hlavní motivací bylo, že se jedná o open source aplikaci pro analýzu digitálních textů. Je online, tedy dostupná odkudkoliv, kde máte připojení k internetu a není třeba si nic stahovat, ani instalovat. Aplikace disonuje dvaceti různými možnostmi pro vizualizaci textu, například tvorba wordcloudů, frekvenční analýza slov, tvorba sítí vzájemně propojených slov, korelace nebo kolokace nebo spojnicový graf četnosti slov. Program funguje také pro češtinu, kterou překládal Radim Halík. Je to významný pomocník, jelikož automaticky přednastavená je angličtina a počítá to všechny výskyty spojek, předložek atd. Jednoduše jedním kliknutím nastavím požadovaný jazyk a najde mi to pouze plnohodnotná slova. Software pracuje v devíti jazycích, pokud bychom tedy potřebovaly textovou analýzu arabských textů, máme zde možnost nebo si do stop slovníku můžeme přidat slova, která nejsou pro daný jazyk plnohodnotná.

Postup analýzy spočívá v nahrání textu, který chceme zkoumat a jsou dvě možnosti. Text můžeme do okna aplikace, vypsat, vykopírovat nebo zadat URL adresu nebo využít jednoho z tlačítek „nahrát“ nebo „otevřít“. Rozdíl mezi tlačítky je, že „otevřít“ znamená analyzovat jednu z připravených složek (Shakespearovy hry nebo novely Jane Austenové) a „nahrát“ můžete vlastní soubor téměř v jakémkoliv formátu. V případě této diplomové práce se jednalo o excelové soubory, podle potřeby po jednom s více listy nebo po více souborech najednou. Po pár minutách je vizualizace kompletní je možné si vybrat, která je vhodná pro daný text. Tato diplomové práce využila „termíny“, které zobrazí četnost užitých slov textu. V textu je také možnost vyhledávat pomocí řádku v levém dolním rohu, pokud víte, že dané slovo se v textu vyskytuje v jiných tvarech, je možné zadat kořen slova s hvězdičkou a aplikace vyhledá všechny tvary slova. Příklad z diplomové práce, slovo prezident se mi zobrazilo s četností 30 výskytů, ale nezahrnovalo to přídavná jména ani jiné tvary od slova prezident a do řádku jsem napsala prezident* a našlo mi to všechny tvary s výskyty a celkovým výskytem v textu. Konečné číslo tedy bylo 69 výskytů.

III. Praktická část

2 Analýza celkového užití jednotlivých komunikačních cest



Graf 1: celkového užití jednotlivých komunikačních cest

2.1 Primární zdroje

Graf je zobrazením celkového užití komunikačních cest, který je rozdělen na primární (levý kruhový graf) a sekundární (pravý kruhový graf) zdroje. Jak uvádějí procenta na grafu, primární zdroje tvoří většinu, konkrétně 64 %, komunikačních cest, které Hrad využívá. Zbylých 36 % je rozděleno mezi sekundární zdroje, tedy zpravodajské servery.

Mezi nejvyužívanější primární zdroj patří Twitter, který aktivně využívá pouze tiskový mluvčí prezidenta Jiří Ovčáček. Na Twitteru píše pouze krátké vzkazy neboli tweety o aktuálním dění na hradě, sdílí aktivity vlády nebo jiné důležité zprávy. Jiří Ovčáček Twitter využívá opravdu každý den, a to minimálně na tři tweety. Druhým neužívanějším primárním zdrojem je Facebook, kde má svůj účet tiskový mluvčí i prezident Miloš Zeman, který Jiří Ovčáček spravuje. Na profilu tiskového mluvčího je aktivita denně, na profilu prezidenta pouze občas, a to především pokud jde o sdílení fotografií nebo videí z významných akcí. Na prezidentově profilu lze najít fotografie

z Novoročního oběda s premiérem nebo video z projevu prezidenta k zahájení výstavy. Na prvních dvou místech jsou sociální sítě, které jsou dnes nejrozšířenějším komunikačním zdrojem, především mezi mladší generací. To bych hodnotila jako velmi efektivní krok, pokud jde o dosah informací.

Mezi mínusy komunikace po sociální síti bych řadila fakt, že zde účet nazvaný Jiří Ovčáček@TISKOVYmluvci je opravdu oficiální zdroj, ale Jiří Ovčáček zde komunikuje často nejen jako tiskový mluvčí, ale také jako občan Jiří Ovčáček s vlastními názory. Tuto skutečnost je třeba si uvědomit a k informacím z účtů je, v případě této diplomové práce, přistupovat individuálně. Ve zkoumaném vzorku se těchto případů vyskytuje pouze málo.

Posledním primárním zdrojem jsou oficiální webové stránky Hradu, kde je možné si přečíst tiskové zprávy. Tiskové zprávy vydává ředitel Odboru tiskového a tiskový mluvčí prezidenta republiky, Jiří Ovčáček. Kromě tiskových zpráv, které jsou obvykle velice stručné, je možné přečíst si také rozhovory poskytnuté panem prezidentem nebo jeho projevy. Odkazy na tiskové zprávy se často objevují na profilech Jiřího Ovčáčka na Twitteru i Facebooku.

2.2 Sekundární zdroje

Mezi nejužívanější sekundární zdroj patří parlamentnilisty.cz, které citují prezidenta republiky nebo jeho tiskového mluvčího v 5 % z celého zkoumaného vzorku. V případě této diplomové práce se jednalo o první týden v lednu, kdy prezident poskytl Parlamentním listům exkluzivní novoroční rozhovor, který byl také často citován v jiných médiích. Dalším důvodem může být jistá spřátelenost média s Hradem, což znamená, že Hrad aktivně poskytuje rozhovory a vyjádření k událostem více než jiným médiím.

Druhým nejužívanějším médiem jsou lidovky.cz, které citují prezidenta ve 3 % ze zkoumaného vzorku. Bohužel koncem zkoumaného vzorku, tedy začátek druhého lednového týdne poznamenala neshoda mluvčího hradu a vydavatelství Economia. Tiskový mluvčí hradu se vyjádřil, že nebude odpovídat na dotazy novinářů, kteří pracují pro tzv. Bakalova média (média vlastněná podnikatelem Jiřím Bakalou) z důvodu oficiálního podpoření prezidentského kandidáta Jiří Drahoše. Vydavatelství Economia se k vyjádření tiskového mluvčího ohradila nejen na Twitter, ale i v článku, což může

potencionálně zvedat užití toho média. Článek a celkově spor byl dále citován i v dalších médiích z nich některé vydavatelství Economia podpořili a jiní pouze parafrázovali nastalý problém.

Do 2 % užívání se seřadilo osm médií, která ve stanovém termínu citovala Hrad ve třech až čtyřech článcích v rozmezí stanoveném diplomovou prací. Jedná se o blesk.cz, denik.cz, novinky.cz, domaci.eurozpravy.cz, tv.idnes.cz, zpravy.aktualne.cz, volby.idnes.cz a info.cz. Blesk.cz jako zástupce bulvárních deníků na českém trhu se věnoval představení prezidentských kandidátů, novoročnímu obědu premiéra s prezidentem, projevu prezidenta republiky při projevu na oslavách 100. výročí republiky a zdravotnímu stavu prezidenta republiky. Jsou to témata, kterým se věnovala všechna média, tudíž nelze říci, že by Hrad užíval tuto komunikační cestu častěji vzhledem k jejímu zaměření. Po 1 % užití má zbylých 19 médií, které citovaly Hrad pouze jedenkrát až dvakrát.

Při celkovém zhodnocení témat sekundárních médií, kterým se věnovala ve spojitosti s prezidentem není vidět rozmanitost. Celkově se jedná o 22 témat. Mezi ty nejcitovanější patří novoroční oběd prezidenta s premiérem, témata spojená s nadcházejícími volbami, rozhovor pro Parlamentní listy a Frekvenci 1, prezidentův zdravotní stav nebo projev prezidenta republiky při zahájení oslav 100. výročí vzniku republiky. Kromě novoročního oběda se jedná o témata kontroverzní, kde zazněly vulgarity, osobní hodnocení prezidentem nebo velice často zmiňované téma, zdravotní stav Miloše Zemana.

3 Analýza komunikačních funkcí

Tato práce se věnuje především komunikační funkci strategické po vzoru od Milady Hirschové, popsané v kapitole 1.5.3.3. Po rozdělení OPJ[2] bylo třeba určit komunikační funkce jednotek. Komunikační funkce analýzy jsem rozdělila na čtyři části, a to KF primárních od Miloše Zemana, KF primárních Jiřího Ovčáčka, KF mluvených Jiřího Ovčáčka a KF sekundárních médií.

[2] Obsahově pragmatická jednotka bude zde zkracována do podoby OPJ, která představuje „syntakticky a významově relativně ucelený úsek komunikační události s určitou komunikační funkcí“ (Kořenský a kol., 1999, s. 136)

3.1 KF prezidenta republiky z primárních zdrojů

Vzhledem k vytíženosti prezidenta a v tomto období také jeho velké zdrženlivosti v poskytování rozhovoru nebo přímého vyjadřování, které souviselo se slibem voličům, že nepovede volební kampaň, je analyzováno pouze několik vzorků. Konkrétně se jedná o tři rozhovory, tři projevy a osm příspěvků na sociální síti Facebook.

První rozhovor prezident poskytl Parlamentním listům na Nový rok, aby se se čtenáři podělil o prožití vánočních svátku, názorem na nadcházející „osmičkový rok" nebo jak vidí Andreje Babiše a jeho možnou vládu. Pro tento rozhovor byly charakteristické především dovětky, kterých bylo třináct. Prezident také často s novinářem nesouhlasil a osmkrát odmítl jeho předloženou myšlenku. Prezident se snažil vtipkovat, jak u něj bývá zvykem. Kromě tradičního bonmotu na závěr rozhovoru měl prezident snahu zavtipkovat pětkrát.

Druhý rozhovor byl pro TV Barrandov, pořad Týden s prezidentem, který se vysílá pravidelně každý týden, jak vyplývá z názvu. Pořád obvykle rekapituluje uplynulý týden očima prezidenta republiky a věnuje se převážně politické situaci, což byl i tento případ, kdy se probíraly především nacházející prezidentské volby. Atmosféra byla přátelská, a tak i komunikační funkce jsou odlišné od prvního rozhovoru. Nejčastěji bylo použito odmítnutí překládané myšlenky, konkrétně třináctkrát, odsouzení čtyřikrát. Protipólem, tedy potvrzení nebo souhlas byl dám patnáctkrát. Prezident použil ironickou poznámku v sedmi případech, zavtipkoval v osmi případech a nezapomněl ani na závěrečný bonmot. Vtip a ironii prezident používá obvykle na konci vět ať už za použití nadsázky, připodobnění nebo přímo řekne, že se jedná o vtip, legraci.

Třetí a poslední rozhovor prezident poskytl rozhlasové stanici Frekvence 1 pro pořad Pressklub, který prezident také pravidelně navštěvuje a nejednalo se primárně o zapojení do série rozhovorů s prezidentskými kandidáty. Prezident zopakoval, že dle slibu daného voličům nevede volební kampaň. Rozhovor s prezidentem vedl Luboš Xaver Veselý, které ho si jako jednoho z mála novinářů váží, jak uvedl na konci rozhovoru. I přes to jako v jediném ze třech zmíněných rozhovorů užil vulgarismus, a to konkrétně slovo „prdel". Posluchač mohl slyšet sedm ironických poznámek, čtrnáct odmítnutí předkládané myšlenky, ale také devět kladných souhlasných odpovědí a čtyři

pochvaly. Vysoké číslo se objevilo u oslovení. Při rozhovoru se Miloš Zemana s Lubošem Xaverem Veselým dvacetšestkrát oslovili, což může značit určitou úctu mezi nimi.

První ze tří projevů prezidenta byl pronesen k příležitosti předávání finančního daru Fondu ohrožených dětí. Pro projev není nic specifického a prezident si držel osnovu, kdy začal oslovením přítomných, připomněl důležitost této tradice a zavtipkoval o předávacím „bezhodnotném" šeku a zakončil vše zmíněním sumy a popřáním dobrého užití peněz.

Druhý projev byl k příležitosti zahájení výstavy V základech státnosti. Opět se jednalo o krátký projev s jasnou osnovou. Ta začala oslovením a skončila poděkováním a přáním krásné výstavy. Zajímavé bylo, že prezident při projevu vzpomněl na historii, a to především na začátky protektorátu a to, že nikdo nezničil Prahu a můžeme tak obdivovat krásu výstavy.

Třetí projev již nebyl tak klidný, jak předchozí dva. Třetí projev se odehrál při příležitosti slavnostního zahájení oslav 100 let republiky a 25. výročí vzniku České republiky. Prezident se věnoval z velké části historii, ke které vyjádřil názor obsahující agresivní slova, která byla následně citována médii. Nejen proto také připomenul, že je často vulgární, ale nyní se tomu vyhne. Během projevu také ocenil jednoho vyznamenaného člověka, Gorbačova a pochvaloval si i vzájemnost, na kterou navázal vtipem a ukončil svůj projev s poděkováním.

Pro příspěvky na sociální síti Facebook je charakteristická výstižnost a ve všech osmi případech se jedná o oznámení s funkcí informativní. Stručný a výstižný text je obvykle doprovázen fotografií nebo odkazem na video. Je důležité si připomenout, že pravděpodobně je profil prezidenta republiky spravován jeho tiskovým mluvčím, Jiřím Ovčáčkem. Tato informace je pouze domněnkou, nikoliv potvrzeným faktem.

Rozhovory prezident poskytl jednomu webu, tedy psaný rozhovor a dva mluvené. Z toho vyplývá i použitá slovní zásoba, což bude konkrétněji rozebráno v následujících kapitolách. Stejně tak i slovní zásoba při projevu prezidenta, které jsou specifické především tím, že je prezident nikdy nemá připravené a mluví vždy „z patra". Pro komunikaci na sociální sítí si prezident drží stručné a výstižné příspěvky, které přidává jednou za čas. V termínu analýzy této diplomové práce byl aktivní na svém profilu

pouze tři dny z devíti. I přesto je jeho profil na Facebooku velice sledovaný, čehož si všiml Deník, při porovnávání sledovanosti jednotlivých kandidátů na prezidenta právě na Facebooku.

3.1.1 Shrnutí základních rysů KF v projevech prezidenta

V projevech M. Zemana lze vysledovat následující tendence z hlediska KF:

1) Odpovědi jsou promyšlené a KF odpovídají určitému vzorci. Po úvodním pozdravení následují osobní prožitky nebo názory. Poté následuje politická pasáž, která je často odmítavá a názorová. Prezident volí také poučky nebo řešení. Miloš Zeman využívá vsuvky pro upřesnění jako v projevu k zahájení výstavy, kde začal mluvit o zídce z 19. století na Pražském hradě, oznámil, že udělá skok a přešel na větu od začátku 2. světové války. Pokračoval „*Všimněte si tohoto oblouku, zídka z devátého století a úvaha o zničení tohoto Pražského hradu, který se v podstatě budoval tisíc let*." Touto vsuvkou vysvětlil a vyzvedl právě řečené. Umí si najít prostor pro vtip, když měl vzkázat něco palestinskému velvyslanci v ČR „*Pokud to byl palestinský velvyslanec v České republice, vzkázal bych mu, aby si dal pozor na svůj trezor, neboť minulý velvyslanec trezor otevřel, trezor vybuchl a velvyslanec zemřel*." Nebo při vzpomínce na zesnulého Rajka Dolečka řekl „*Pokud jde o Rajka Dolečka, sehrával dvě role. Ta první byla role bojovníka proti obezitě. S radostí mohu konstatovat, že jsem ho poslechl a výrazně jsem zhubnul*. (…)". Charakteristické jsou také ironické poznámky. Příkladem je odpověď na otázku, jestli by šel prezident tzv. krást koně s Andrejm Babišem a žádost o vysvětlení přísloví „*Že ho beru natolik vážně, že mě nezradí. To je slavné, známé přísloví. Někdy to používají i mafiáni*." Prezident užívá ironii také jako pohotovou reakci hned na začátku věty, například, když se ho moderátor zeptal na zásadní poučení, nějaké modrého mauriti a prezident odpověděl „*Nebo černou labuť, že*?"

2) Na závěr prezident obvykle volí bonmot, jak sám říká. Na konci rozhovoru po moderátorově rozloučení M. Zeman říká: „*Xavere, mně se někdy říká, že nenávidím novináře. Tak zaprvé to není pravda, protože já pohrdám novináři, a je velmi silný rozdíl mezi nenávistí a pohrdáním.*" Na konci projevu k zahájení oslav využil přítomnosti českého premiéra a řekl „*A poslední věc. Dokumentoval jsem toto přátelství tím, že jsem předsedou vlády České republiky jmenoval Slováka.*" Na závěr děkuje moderátorům nebo zvolí přání návštěvníkům při projevech.

3) Zeman bývá označován za asertivního až agresivního rétora, tomu odpovídá vysledovaná tendence používání námitek, které přicházejí především na otázky směřující k rodině a v tomto období také k prezidentským volbám. Odmítá také výzvy a žádosti ke sdílnosti. Na prosbu o vyjádření se k tomu, že chtěl nechat přesunout ambasádu z Tel Avivu do Jeruzaléma, kterou odmítl premiér Andrej Babiš řekl „*Řekl jsem veřejně, že Andrej Babiš se nikdy nezabýval zahraniční politikou a bude potřebovat určitý čas k tomu, aby se v ní zorientoval*." Prezident také volí agresivní až vulgární slova jako při vyjádření k adopci dětí homosexuálními páry, kde vzpomněl na Prigue Pride slovy „(…) *Právě proto, že je to intimní a soukromá věc, já opravdu nevidím důvod, proč pořádat pochody Prahou a ukazovat tam nahou prdel. Rozumíte mi?"* V projevu k zahájení oslav využil těchto slov několikrát v odkaze do minulosti „(…) *ale kdyby nebylo několika blbých ministrů, kteří podali demisi, (...) a to byl František Kriegel, a proč se všichni ostatní podělali hrůzou. (...) musím zůstat ve své funkci, protože jinak by tam přišla ještě větší svině, než jsem já* (…)."

4) Hlavní odlišnost vyplývající ze srovnání KF v dialogu a monologu je užívání vtipných a ironických poznámek. Prezident se v obou typech drží pouze bonmotu na závěr. V monologických textech převažuje jasná osnova k tématu. Jelikož prezident poskytuje rozhovory pouze médiím, které ho podporují, jsou také otázky dělané tak, aby prezidentovy vyhovovaly. Prezidenta také často v jeho myšlenkách podporují a souhlasí s ním. Například při rozhovoru pro pořad Týden s prezidentem po odpovědi prezidenta na vyjádření Topolánka o prezidentově zdravotním stavu říká moderátor „*Tak zcela evidentně je to používáno, ten argument, právě proto, aby veřejnost byla znejistěna. (...)*" Prezident tak má v dialogu někoho, kdo mu nahrává a on tak může divákům sdělit své myšlenky, které podpoří i moderátor.

5) Nejčastěji používanými KF strategickými jsou *funkce* (65 výskytů), *oslovení* (49 výskytů), *tázací* (48 výskytů), *iniciační* (44 výskytů), *replika* (42 výskytů), *odmítnutí* (33 výskytů) a dále už je pohybujeme pod 30 výskyty. Z toho jasně vyplývá, že nejčastěji se jednalo o dotazy ze strany moderátorů, iniciační repliky a oslovení, které využívaly vzhledem k prezidentově postavení.

3.2 KF tiskového mluvčího z primárních zdrojů – psané

Tiskový mluvčí prezidenta republiky, Jiří Ovčáček, je oproti prezidentovy velmi sdílný, a to především na sociálních sítích, kde ve sledovaném období zveřejnil padesát devět příspěvků na Twitteru a třicet pět příspěvků na Facebooku. Jako ředitel Odboru tiskového a tiskový mluvčí prezidenta republiky má na starosti komunikaci s médii, vydávání tiskových a zpráv a jiných prohlášení, kterých ve sledovaném období vydal sedmnáct.

Tiskové zprávy Hradu jsou umístěny na oficiálních webových stránkách hrad.cz v sekci Pro médi a dále Tiskové zprávy. Charakteristická je délka většiny zpráv, jedná o jednu až tři věty, kde je možné se dozvědět například s kým, kde a v kolik hodin se prezident setkal. Tiskové zprávy mají tedy jednotnou KF, Oznámení s funkcí informativní. Nejdelší zprávou je pozvánka na zahájení výstavy.

Zprávy, které Jiří Ovčáček sdílí na sociálních sítích jsou si ve většině případů velice podobné. Například na obou kanálech sdílí odkazy na tiskové zprávy Hradu, fotografie prezidenta při rozhovorech, z oslav nebo jeho portrét. Ačkoliv se podle názvu @PREZIDENTmluvci na Twitteru jedná o pracovní účet, Jiří Ovčáček tam dává i příspěvky, ve kterých vystupuje sám za sebe, například „*Kdopak z Bakalových novinářů mi ještě v rámci vendety pošle dotaz? Začínám je sbírat a královsky se bavím. Jo, kampaň pro fikus je náročná!*“ Jeden z Twitterových příspěvků v návaznosti na dotazy ohledně financování prezidentovy kampaně. Zpráva je sarkastická až urážlivá (fíkus – označení Jiřího Drahoše, začátkem roku ho tak Ovčáček označil při návštěvě Arény Jaromíra Soukupa na TV Barrandov, více v další kapitole 3.3) a vyjadřuje osobní stanovisko tiskového mluvčího. Podobně byla napsána i zpráva na Facebook, která byla delší a shrnovala dva tweety, odkaz na Michala Horáčka a zdůvodnění. Zajímavá byla použitá slovní zásoba, které se budu věnovat v kapitole 5.

Příspěvky na oficiálních stránkách hradu jsou skoro každý den, v námi sledovaném termínu tak bylo sedm dní z devíti. Na sociálních sítích je Jiří Ovčáček aktivní každý den a přidal minimálně dva tweety a jeden příspěvek na Facebooku. Příspěvky ze sociálních sítí tiskové mluvčího bývají použity i jako oficiální zdroj pro média.

3.2.1 Shrnutí základních rysů KF u primárních zdrojů tiskového mluvčího – psané

V psaných projevech J. Ovčáčka lze vysledovat následující tendence z hlediska KF:

1) Tiskové zprávy jsou stručné a výstižné. Nejčastěji se jedná o Oznámení s funkcí informativní a jde pouze jednu až tři věty s určením místa, času, a osobu, se kterou se prezident potkal, například „*Prezident republiky Miloš Zeman s manželkou Ivanou Zemanovou se v úterý dne 2. ledna 2018 ve 13:30 hodin na zámku v Lánech setkali s předsedou vlády České republiky Andrejem Babišem a jeho manželkou Monikou Babišovou při příležitosti tradičního novoročního oběda.*“

2) Na Twitterovém účtu je Jiří Ovčáček a pár procent aktivnější než na Facebookém profilu. Ve sledovaném období se jednalo o padesát devět příspěvků. Na účtu jsou sdíleny především odkazy na oficiální tiskové zprávy, a proto i KF bude stejná jako u tiskových zpráv, Oznámení s funkcí informativní. Dále se často jedná o sdílení odkazů na zajímavé články nebo sdílení tweetů jiných uživatelů, například tweet Vlády ČR „*Premiér @AndrejBabiš s manželkou poobědvali v Lánech s prezidentským párem. „Oběd s panem prezidentem byl příjemný, jídlo bylo skvělé a atmosféra také," řekl po obědě premiér*.“ Nebo tweet ministryně obrany Karly Šlechtové, když zemřel Hugo Marom „*Ve věku 89 let dnes zemřel Hugo Marom, izraelský veterán, pilot s českými kořeny. Na své rodiště nikdy nezapomněl a s létáním se symbolicky rozloučil v roce 2015 v Čáslavi. Čest jeho památce!*“ U obou tweetů byly přiloženy fotografie. Objevily se i tweety, které nesouvisely přímo s prezidentem „*Stále stejné! V únoru 1919 dal premiér Kramář najevo TGM, že chce tichého, pasivního prezidenta, který bude projevy smlouvat s vládou.*“, „*Opět únor 1919. Kramářovi vadil tým TGM. Napsal: Vám stačí korektní mlčenlivý úředník a nanejvýš jeden stylista pro oficiální projevy.*“, „*Karel Kramář tak už v roce 1919 ve výtkách TGM přesně popsal současný sen médií a velké části politiků. Prezident-fikus*.“ Šlo o tři krátké tweety, které je možné najít také na Facebookovém profilu tiskového mluvčího v jednom příspěvku. Obsahem je vzpomínka na historické události, které směřují k hlavní myšlence o možném prezidentu (opět uvedeno slovo fíkus s odkazem na prezidentského kandidáta Jiřího Drahoše). Z toho důvodu je třeba rozlišit příspěvky pracovní a soukromé.

3) Facebookový účet je podobný účtu na Twitteru. V námi sledovaném období přidal Jiří Ovčáček třicet pět příspěvků. Jednalo se o odkazy na oficiální tiskové zprávy nebo na zajímavé čtení. Sdílel také videa z OVTV, kde je možné se podívat na videa z prezidentových projevů. Přidávány jsou často fotografie s komentářem, kde je funkce oznamovací. Například při setkání se slovenským premiérem byly zveřejněny dvě fotografie a popisek „*Pan prezident se před slavnostním večerem k zahájení oslav 100*

let vzniku ČSR a 25. výročí ČR setkal se slovenským premiérem Robertem Ficem.“ Také můžeme najít fotografie s výzvou „Právě teď, Lány! Živě na Frekvenci 1 rozhovor s panem prezidentem.“ Nebo fotografii Jiří Ovčáčka, kde je součástí fotografie popisek *„Volím Miloše Zemana už v prvním kole!*“

4) Nejčastěji používanými KF strategickými byli oznámení (59 výskytů), informativní (57 výskytů), funkcí (57 výskytů) a výzva (18 výskytů). Dalších slov a spojení již bylo méně. Z této statistiky vyplývá, že se jednalo primárně o Oznámení s funkcí informativní, jak bylo vysvětleno v předchozích odstavcích z důvodu častého odkazování na tiskové zprávy. Druhou využívanou KF byly výzvy, a to především na sociálních sítích.

3.3 KF tiskového mluvčího z primárních zdrojů – mluvené

Tato kapitola je věnovaná pouze jednomu rozhovoru, kde se Jiří Ovčáček účastnil jako host pořadu Aréna Jaromíra Soukupa na TV Barrandov. Hodnoceny byly komunikační funkce Jiřího Ovčáčka a jemu přímo předcházející. Kromě moderátora Jaromíra Soukupa byly přítomni hosté Michal Horáček, Petr Hájek, Jiří Ovčáček diváci, kteří měli možnost přímé otázky na některé z hostů.

Pořad trval hodinu a dvacet čtyři minut a moderátor se snažil dát všem hostům stejný prostor pro vyjádření svých názorů, což je také nejčastěji používaná komunikační funkce spolu s dotazem. Jako první dotaz na všechny účastníky přišel od moderátora, který zadal všem stejný úkol „*Teď pojďme, pane Ovčáčku, mohl byste svého souseda po pravé ruce charakterizovat třemi nějakými přídavnými jmény?“* a specifikoval zadání „*A pána, pána Hájka poprosím, aby s tím případně nesouhlasil, nebo vybral to, s čím nejvíce nesouhlasí. A stejný princip poprosím od pana Hájka k panu Horáčkovi a potom od pána Horáčka k panu Ovčáčkovi, na což se asi všichni těší.“* Toto zadání mělo sloužit k navození argumentační atmosféry, případně navození konfliktu. Všichni hosté odpověděli neútočným způsobem a žádný konflikt nevznikl.

Dotazy byly směřovány na vlastní názory a Jiří Ovčáček začínal věty „*Tak já myslím*, …“. Jako příklad bych uvedla jednu z prvních delších odpovědí, která byla myšlena sarkasticky. Žádost od moderátora zněla, jestli by mohl vysvětlit proč sebou přinesl fíkus, odpověď zněla „*Tak já myslím, že ten fíkus velice dobře nahradí některé, kteří nepřišli. On je výborný v tom, že kam ho postavíte, tam stojí, nehýbe se, občas vypustí*

nějaký dužnatý list. Je ve své podstatě neškodný, nemá žádné názory. No fíkus je v tomto směru.“ Další sarkastická odpověď následovala po několika minutách na otázka, jestli panu Ovčáčkovi vadí, že nepřišel pan Topolánek „*Jeho problém, jeho rozhodnutí*.“ Časté bylo přerušování dialogu, někdy to byli diváci, kteří se snažili vyjádřit svůj názor, jindy se někdo z účastníků skočil svému komunikačnímu partnerovi do řeči. Podle mravního chování se jedná o neslušnost, pokud Vás někdo nenechá domluvit.

Jelikož se jednalo o diskuzi několika lidí, objevili se odmítavé postoje překládaných myšlenek, celkem osmkrát. Když moderátor požádal Jiřího Ovčáčka o rekapitulaci názoru na migrační politiku a po rekapitulaci prezidentova názoru dodal „(…) *A teď k věci. Na kvóty, a podobné nesmyslné nápady Bruselu, platí thatcherovské ne, ne a ne.*“

Jiří Ovčáček se zúčastnil diskuzního pořadu sám za sebe, jak zdůraznil přímo na jednu otázku od Michala Horáčka, který chtěl po Jiřím Ovčáčkovi vědět, jak by na daný problém reagoval pan prezident. Odpověď J. Ovčáčka byla „*Určitě děkuji, já jsem tady sám za sebe, zdarma, jak jsem říkal, nic za to nedostanu, žádnou odměnu. (...)“* Komunikační strategie tiskového mluvčího prezidenta republiky je odlišná od prezidentovy strategie, jak lze vidět na komunikačních funkcích.

3.3.1 Shrnutí základních rysů KF u primárních zdrojů tiskového mluvčího – mluvené

V mluvených projevech J. Ovčáčka lze vysledovat následující tendence z hlediska KF:

1) Jiří Ovčáček je přímočarý. Pokud se mu něco nelíbí, dá to najevo například, že přinesl fíkus jako náhradu za ty, kteří nedorazili. Co se týká neverbální komunikace, je vidět, že vše má promyšlené a ví, jak reagovat bez posunků nebo tónu hlasu, který by naznačoval sarkasmus. Při diskuzi bylo směřováno především na názory hostů a Jiří Ovčáček začínal většinu vět „*Tak já myslím, …*“ Žádosti moderátora směřovali také k hodnocení činů, například hodnocení kampaně neúspěšného kandidáta na prezidenta republiky z roku 2013, Jana Fišera a tiskový mluvčí prezidenta ji zhodnotil slovy „*Tak já myslím, že tam byl přepálený začátek té kampaně. Byl tam, řekněme, velký vklad zpočátku, a potom ta kampaň začala ztrácet dech, a přestala být názorová. To si myslím, že byl největší problém u Jana Fišera. Prostě jednoduše začaly chybět*

jednoznačné názory. Možná budeme svědky něčeho podobného i v těchto volbách, aniž bych kohokoliv jmenoval a pana Horáčka tím nemyslím.“

2) Na rozdíl od prezidenta, jeho tiskový mluvčí nepoužívá vtipy. Při dotazech z publika se zasměje, poděkuje za otázku a odpoví „(smích) *Tak honorář za dnešní vystoupení je nula, chcete-li nula korun českých a můj měsíční plat činí čistého čtyřicet devět tisíc korun, měsíčně. Nemám co tajit.“* Také rád zdůrazňuje, že je to jednoduché nebo, že si to mohli diváci dohledat. Jako tiskový mluvčí prezidenta republiky byl dotázán na prezidentův názor nebo sám prezidenta zmínil. Moderátorem byl požádám o zhodnocení roku 2017 „(…) *Pane Ovčáčku, Miloš Zeman proslul svými bonmoty. Je nějaký bonmot, který vás napadá, kterým byste zhodnotil rok 2017?“* Jiří Ovčáček v odpovědích prezidenta zmiňoval a zastával jeho názory „*A to jest, že by měly být nastaveny samozřejmě dostatečné sociální limity. To je za prvé a za druhé. Vy byste velmi dobře měl vědět, že ty zrušené poplatky v tomto případě způsobily velké výpadky nemocnicím, jsou to velmi významné částky. A pan prezident často říkal velmi nepopulární věci, od toho je prezident republiky. Aby pan prezident chodil a říkal všem to, co chtějí slyšet, co je líbivé, příkladem je například názor pana prezidenta na společnou evropskou měnu euro. To taky dost často slýchávám kritiku na adresu pana prezidenta. Prostě jednoduše, Miloš Zeman má své pevné názory, říká je, takový on je, a takového Miloše Zemana já budu volit.*“

3) Nejčastěji používanými KF byly dotaz (23 výskytů), názor (23 výskytů), hodnocení (12 výskytů), prezidenta (10 výskytů), odmítnutí (8 výskytů), potvrzení (8 výskytů), diváků (8 výskytů) a nedokončeno (7 výskytů). Diváci v tomto pořadu měli prostor pro dotazy, ale také mohli vyjadřovat své aktuální názory. Diváci ovlivňovali dění pořadu a také komunikační funkce. Pokud bychom sečetly výskyty KF, kde se objevil jakýkoliv tvar slova divák, dostaneme se na třináct výskytů. Důležité číslo zastupuje i dokončené věty nebo myšlenky, tedy pokud jeden z komunikantů skočil do řeči druhému.

3.4 KF sekundárních zdrojů

Ve sledovaném období citovalo prezidenta nebo jeho tiskového mluvčího 29 různých médií. Rozdělení četnosti článků bylo popsáno v kapitole 2.2. Komunikační funkce

budou rozděleny dle jednotlivých dnů, jelikož jsou v nich KF jednotné z důvodu stejných témat a zdrojů.

V první den nového roku vyšly pouze čtyři články spojené s prezidentem a jeho tiskovým mluvčím. Server blesk.cz zveřejnil představení a popisy jednotlivých kandidátů na prezidenta v souvislosti se začátkem vysílání televizních a rádiových volebních spotů, které ze zákona musí veřejnoprávní média vysílat. Představení byla doprovázena fotografií a krátkým představením. Druhý článek byl přepis rozhovoru Parlamentních listů s prezidentem republiky, který je rozebrán v kapitole 3.1. Poslední dva články se věnují rozhovoru s Jiřím Ovčáčkem. Parlamentní listy přinesly přepis rozhovoru a server novarepublika.cz část rozhovoru sdílelo a odkázalo na web Parlamentních listů. Z hlediska komunitních funkcí se jednalo převážně o názory (14 výskytů), výzva (13 výskytů), otázky (12 výskytů), nálepka (5 výskytů) a přirovnání (5 výskytů. Výzvy přicházely ze strany novináře směrem ke čtenářům „*Výsledek stojí za to, posuďte sami.*“ Nebo přímo na Jiřího Ovčáčka v otázce „*Kdyby úkol představit panu prezidentovi tuto osobu připadl vám, co byste mu o Pavlu Novotném řekl?*“ V rozhovoru Jiří Ovčáček vyjádřil svůj názor s humorem, ironií, sarkasmem a především nálepkováním. Příkladů je hned několik „*Mezi „liberálními“ komentátory, politickými neziskovkáři a zaprášenými fikusy se šíří panika, zděšení a strach. Jméno Zeman v nich vyvolává hrůzu. (...)*“, „*Jsem přesvědčen o tom, že ústy pátera Halíka promlouvá ďábel. Jinak to prostě nemůže ani být. Nepřetržitě slyšíme jen slova pýchy, pohrdání, urážky, nenávist a zlobu. To vše zabaleno do frází o pravdě a lásce. Pekelník Lucius z Hrátek s čertem je oproti páteru Halíkovi žabař. Vždy, když čtu Halíkova zlostná vyjádření, na mysli mi vytane, že na jeho psacím stole opět zazvonil telefon z pekla...*“, „*To je ten pán, který je tuze moc nešťastný, protože si ho lidé moc nevšímají. Aby upoutal pozornost, metá kolem sebe slovní lejna jako hladová veverka.*“ Při žádosti o vzkaz „shromáždění pražské kavárny“ odpověděl J. Ovčáček „*Takové shromáždění by jistojistě připomínalo Státní soud. Redakce a umělci by zasílali rozhořčené telegramy, žádajíce trest nejpřísnější. Vzkázal bych jediné: Neodvolám!*“ Článek blesk.cz představil Miloše Zemana jako jednoho z kandidátů na prezidentský post. Kromě fotografie s dcerou Kateřinou se představení věnovalo tomu, že prezident odmítá vedení kampaně v souvislosti se začátkem vysílání spotů v České televizi a na Českém rozhlase, které nedodal. Novinář ještě dodal, že ačkoliv prezident nevede

kampaň, je možné vidět plakáty s heslem: Zeman znovu, 2018. V článku převažovalo odmítání, představování a popis.

Druhého ledna vyšlo celkem 14 článků a ty se věnovaly 3 hlavním tématům, volbám a volebním spotům, novoročnímu obědu prezidenta s premiérem a účasti Jiřího Ovčáčka v pořadu Aréna Jaromíra Soukupa, která je rozebrána v kapitole 3.3. Předvolebnímu komentáři od Marka Hilšera se věnují Parlamentní listy, IDNES a Novinky. Marek Hilšer napsal tweet, kde vyzývá další prezidentské kandidáty k tomu, aby společně požadovali židli pro prezidenta, který odmítl přijít. V těchto článcích je výrazná citace prezidentských kandidátů, jak vyzyvatele, tak ostatních, kteří jeho výzvu podpořili. Například Pavel Fišer výzvu podpořil s humorem „„*Výzvu Marka Hilšera jsem nezaznamenal, sám jsem však před časem vyzval Miloše Zemana k účasti na prezidentských debatách. Prázdná židle to nezachrání. Přimlouvám se spíše za figurínu," uvedl Pavel Fischer.*" Objevil se také nesouhlasný komentář od Petra Hanniga „*Myslím, že konfrontace se Zeman vůbec nebojí. Je to spíš jeho taktika,*" Parlamentní listy a Novinky také dodaly, že prezident vede kampaň „*Prezident Miloš Zeman cestoval po krajích a byla založena i webová stránka Zeman znovu 2018. Na mnoha místech jsou k vidění jeho billboardy a občané obdrželi i letáky do schránek. Dokonce i Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a hnutí tvrdí, že Zeman kampaň skutečně vede.*" Toto tvrzení odmítl tiskový mluvčí „*Pan prezident nebude nikomu bránit ve vyslovení podpory před přímou volbou za podmínky dodržení zákona*,". Volebním spotům se věnují Týden, Lidovky a info.cz, které informaci převzaly od ČTK, a tak jsou si velice podobné a KF jsou téměř totožné. Týden i Lidovky daly přednost delší verzi, kde je na úvod napsáno několik vět o povinosti veřejnoprávních médií vysílat předvolební spoty a poté v několika větách představili klip každého z kandidátů. Server info.cz se představování jednotlivých klipů vyhnul a zdůraznil především časové rozložení vysílaných spotů na České televizi a v Českém Rozhlase. Jednou větnou zmínil nedodání klipu prezidenta republiky a jeho zdůvodnění nebo větu o chystané superdebatě, kam Zeman odmítá přijít. Novoročnímu obědu prezidenta s premiérem se věnuje 5 serverů, IDNES, České noviny, Česká televize, Blesk a Echo 24. Kromě České televize a IDNES čerpají zpravodajské servery informace z ČTK. České noviny, Blesk a Echo 24 tak mají shodné fotografie, které doprovázejí článek a použili stejnou fotografii s podávaným menu, kterou vyvěsil na Twitteru Jiří Ovčáček. Články začínají popisem události a jejím časovým rozvržením.

Zmínka byla také o oblečení obou párů, probíraných tématech, vyjádření vzájemné podpory a chvála atmosféry i podávaného menu. IDNES vydala krátké video ze slavnostního přivítání a komentáře na konec od premiéra. K videu byl pouze krátký informativní komentář. Česká televize se naopak rozepsala více než jiné servery a věnovala se nejen tradičnímu novoročnímu obědu, který proběhl letos, ale také porovnání s jinými novoročními obědy. Připomenuta byla i ojedinělost tohoto zvyku v porovnání s evropskými zvyky. Část článku byla věnována komentářů k nadcházejícímu hlasování o důvěře vlády z řad poslanců. Novoroční oběd premiéra s prezidentem bylo také jedno z témat, ke kterým byla vydána stručná tisková zpráva a tiskovým mluvčí se věnoval její propagaci také na sociálních sítí, ze kterých byly převzaty některé fotografie. Posledním tématem byla účast Jiřího Ovčáčka v pořadu TV Barrandov, Aréna Jaromíra Soukupa, kterému se věnovaly Lidovky a IDNES článkem i videem. Největší ohlas sklidil fíkus, který si Jiří Ovčáček přinesl „(…) *Další uchazeči o křeslo na Hradě, kteří pozvání dostali, už dříve účast kvůli Ovčáčkovi odmítli. Ten tak do studia přišel s fíkusem jakožto "adekvátní náhradou" za Jiřího Drahoše."* V článcích převažovalo odmítání, například, když moderátor odmítl, že by Jiří Ovčáček byl náhradou za Miloše Zemana nebo když v článku citovaly odmítnutí Jiřího Drahoše „*Například Drahoš veřejně oznámil, že v případě Ovčáčkovy přítomnosti v pořadu nevystoupí, nebo pošle svého mluvčího. Takovou diskuzi totiž označil za zbytečnou."* V článku byl citován také útok J. Ovčáčka na M. Horáčka „*Pochyby o vážnosti kandidatury textaře a spoluzakladatele sázkové kanceláře Fortuna vyjádřil rovněž Jiří Ovčáček.*" Lidovky na konci článku zmiňují stejný pořad, kde měl před měsícem J. Ovčáček možnost vyjádřit osobní politické názory a ohlasy na tento pořad byly kritické. Článek připomíná, že stejnou možnost měl o týden později i M. Horáček, který to odmítl „*Možnost rozřadit politiky měl o týden později i Michal Horáček. Ten ovšem Soukupovo dělení odmítl, neboť jej označil za "koncept kádrováků a nástěnkářů". Po skončení úterního vysílání pak moderátorovi předal z recese dárek – stolní hru Malý nástěnkář."* Server IDNES se věnoval také ironickým poznámkám hostů „*Pane prezidente, prostřednictvím pana Ovčáčka...," začal svou otázku Horáček.*", „*Uvítal bych, kdyby se Miloš Zeman se mnou utkal osobně. Chápu však, že už toho není schopen. A že místo sebe vysílá svého viceprezidenta*,". IDNES také zveřejnila video, kde J. Ovčáček představuje důvod přinesení fíkusu. Pod videem byl krátký popis ukázky a hodnocení M. Horáčka „*Jen Michalu Horáčkovi z kandidátů na Hrad stálo za to jít do debaty s hradním mluvčím místo prezidenta Miloše Zemana."*

Třetí den nového roku vyšlo deset článků, kde byl citován M. Zeman nebo J. Ovčáček. Hlavními tématy byly prohlášení Mirka Topolánka a tom, že je prezident nemocný, rozhor prezidenta pro Parlamentní listy a komentář k prezidentově nepřítomnosti na obědě s šéfy parlamentních komor. Článek o prohlášení Mirka Topolánka psaly Týden, byznysnoviny.cz, Deník, Euro, Lidovky a Parlamentní listy. Všechny články čerpaly z ČTK a jsou si podobné. Hlavní větou, která je ve všech článcích je obsah řeči Mirka Topolánka „*Pokud bude současný prezident Miloš Zeman opět zvolen do funkce hlavy státu, nebude schopen ji dalších pět let plnohodnotně vykonávat. Je to nemocný člověk.*“, „*Česká republika podle něj potřebuje silného prezidenta, který bude mít dost zkušeností, energie a bude se umět zastat lidí proti Bruselu i silnému premiérovi. Prezident, který rozděluje společnost jako Zeman, je podle Topolánka slabý prezident.*“ K Topolánkovu prohlášení se vyjádřil i tiskový mluvčí prezidenta „*Zemanův mluvčí Jiří Ovčáček sdělil, že "pan prezident na zoufalé útoky protikandidátů v zásadě nereaguje". "Za sebe mohu uvést, že se tímto prohlášením definitivně potvrdilo, že protikandidáti nemají vůbec žádný pozitivní program pro republiku," dodal mluvčí*.“ Z hlediska KF jde o články, kde převládá odmítavý postoj, zastávání názorů a jejich citace. Mirek Topolánek také prezidenta vyzval k účasti „*Do začátku prvního kola prezidentské volby se některých z nich už nebude účastnit, dodal.*“ V závěru tiskové konference Topolánek představil své podporovatele ve volbách a charakteristiku, jaký by měl správný prezident být. Závěru tiskové konference se nevěnují byznysnoviny.cz a Parlamentní listy, které krátký článek vyjádřili expresivně „*Je to nemocný člověk,“ řekl, a pěkně tím namíchl jeho tiskového mluvčího Jiřího Ovčáčka.“* Dalším tématem byl rozhovor prezidenta pro Parlamentní listy. Server prvnizpravy.cz i ceskoaktualne.cz si všimli prezidentova vyjádření o Kosovu „*Česká republika nikdy neměla uznat Kosovo.*“ Zmínili i prezidentovo přání do nového „osmičkového“ roku „*Především bych jí přál, aby se nenechala fascinovat čísly. Osmička na konci letopočtu je naprosto nahodilá a není důležitá. A dalších sto let? Abychom zůstali na mapě Evropy jako suverénní a svobodný stát.*“ a vtipnou vzpomínku na Rajka Dolečka. Rozhovor s prezidentem v plném znění byl z hlediska KF rozebrán v kapitole 3.1. Posledním tématem dne byla informace o tom, že tradiční novoroční oběd se šéfy parlamentních komor letos nejspíš neproběhne, protože pan prezident je velmi zaneprázdněný. V celém článku převládala komunikační funkce informativní „*Hlavu státu mimo jiné čeká příští úterý slavnostní zahájení výstavy na Hradě ke 100. výročí vzniku*

Československa.“ Výjimkou byla citace J. Ovčáčka „*Zcela to nevylučuji, ale v současné době není v programu pana prezidenta časový prostor*,“.

Čtvrtý den nového roku vyšly čtyři články věnující se dvěma tématům, konkrétně účasti tiskového mluvčího prezidenta v debatě mluvčích a prezidentově vystoupení v pořadu Týden s prezidentem. Pouze jediný článek od IDNES se věnuje debatě tiskových mluvčích, kde J. Ovčáček řekl „*Chtěl bych, aby se uklidnily emoce, chci neúspěšným kandidátům nabídnout pomocnou ruku*,“ Diskuzi připravila IDNES pro mluvčí prezidentských kandidátů, kteří se sešli ve čtyřech. Ostatní účast odmítli z těchto důvodů „*Mirek Topolánek mluvčího nemá, mluvčí Jiřího Drahoše se nemohl dostavit z časových důvodů. Marek Hilšer, Michal Horáček a Jiří Hynek odmítli debatu kvůli tomu, že Hannig vyslal jako svého zástupce Adama B. Bartoše, předsedu Národní demokracie, který dostal roční podmínku s dvouletým odkladem za protižidovský text.*“ V článku převládaly citace, odmítání nebo vymezení se vůči jiným názorům. Charakteristiku mluvčího přidala Alena Ježková, tisková mluvčí Pavla Fišera „*Domnívám se, že se mluvčí prezidenta musí umět rozhodovat samostatně, nesmí čekat pořád na slovo svého šéfa, má to být osobnost, která do této pozice vnese samostatnost a bude příkladem i pro ostatní mluvčí*,“ která získala nevíce sympatií od diváků. Článek je zakončen tweetem Marka Hilšera, kde píše důvod, proč nevyslal svého tiskového mluvčího do debaty. Další tři články se věnují pořadu Týden s prezidentem. Parlamentní listy se zaměřili na prezidentův postoj k pražské kavárně, neúčast na debatách a Topolánkův výrok o jeho zdraví. Začátek článku cituje prezidentovo předsevzetí „*Hned na začátek Zeman příhodně uvedl, že jeho předsevzetí do nového roku je zůstat stále stejný.*“ Prezident také připomněl svoje stanovisko, že nevede předvolební kampaň „*Už 10. března jsem jasně oznámil, že kampaň nepovedu a do debat nepůjdu. Slíbil jsem, že nebudu na protikandidáty útočit, a to bych jinak splnit nemohl.*“ Parlamentní listy také citují Topolánkovo kritické vyjádření o prezidentově zdraví, prezidentovy názory na předvolební atmosféru i chování ostatních kandidátů. Článek cituje prezidentovo vyjádření k pražské kavárně „*Není to žádná elita, jen pár neúspěšných bývalých politiků a béčkových umělců,*“ Poslední částí je kritika České pošty „*Česká pošta by si zasloužila důkladný audit, je nová vláda a Ministerstvo vnitra by jej mělo navrhnout. Musí se zjistit, zda v ní nedochází zbytečně k plýtvání*.“ Převládají KF citací kritiky a názorů na ostatní kandidáty. IDNES a irozhlas.cz citují výrok „*Babišův menšinový kabinet by podle Zemana mohli v druhém kole tolerovat*

komunisté a sociální demokraté.“ IDNES se prezidentově názoru věnuje pouze ve dvou větách. Server Rozhlasu přidává názor předsedy ČSSD nebo dříve zmíněnou podporu KSČM.

Pátý den nového roku se věnovalo pět článků prezidentovy republiky nebo jeho tiskovému mluvčímu. Hlavní témata byla pouze dvě o tom, že prezident nevede kampaň píše expres.cz, dvakrát Lidovky a o pozvánkách na Hrad s hlasovacími lísky píše Aktuálně a info.cz. První věta článku na expres.cz říká hodně o komunikačních funkcí celého článku „*S tím, jak se blíží prezidentské volby, dostává se česká společnost do varu a tak trochu i křeče*.“ Jde především o popis nastalé situace v české společnosti a článek se věnuje argumentům a názorům, které jsou aktuální pro společnost několik dní před volbami. Popisuje společnost i důvody k volení Zemana i naopak, proč Zemana nevolit a jaká část společnosti si to myslí. Autor článku také kritizuje „*Situaci neuklidňuje ani prezident, ani někteří protikandidáti*.“ Článek zmiňuje také kritické a útočné názory kandidátů na prezidenta, například Mirka Topolánka, který řeší Zemanovo zdraví a prezident na to reaguje, což redaktor okomentoval slovy „*Problém je v tom, že není jasné, o jaké zprávě Zeman mluví. Žádný materiál, který by mohl být považován za oficiální lékařskou zprávu o prezidentově zdraví, nikdy Hrad nezveřejnil a není ani na jeho webu www.hrad.cz*.“ Článek je zakončen citací prezidenta, kde hodnotí společenskou situaci „*Je to strach. I u parlamentních voleb se říká, že pokud vyhraje ta či ona strana, přijde zmar a ztráta demokracie. Straší se tím, že protivník je nedemokratický a zavede do země totalitu. Pořád kopírujeme totalitní režimy.*“ Lidovky se k prezidentově neúčasti v superdebatě České televize staví kriticky „*Miloš Zeman dal přednost spřátelené TV Barrandov*,“, „*Namísto toho si už o hodinu dříve „střihne“ sólo ve vlastním pořadu na TV Barrandov.*“, „*Pro obhájce prezidentského křesla z toho plynou jen výhody: nebude čelit svým soupeřům ani nepříjemným dotazům moderátora ČT. Naopak se může těšit na hodinu nerušené sebeprezentace za asistence svého dvorního „nahrávače“ a šéfa soukromé televizní stanice v jedné osobě Jaromíra Soukupa*.“ Jiří Ovčáček k tomu pouze dodává „*Pan prezident dodrží veřejně učiněný slib z 10 .3. 2017.*“ Poslední část článku rekapituluje fakta o superdebatě a zmiňuje rozhodnutí k výzvě, kterou psal Marek Hilšer o prázdné židli pro prezidenta. Uvádí také popis pořadu Týden s prezidentem, který obhajuje tiskový mluvčí prezidenta „*Pokud jde o TV Barrandov, pořad samozřejmě dodrží svůj formát*.“ Několik vět je věnováno televizím Nova a Prima, které by rády vysílaly pořad

s kandidáty na prezidenta. Druhý článek Lidovek se zamýšlí nad nevedením kampaně prezidenta „*Zemanova „nekampaň“ je natolik výrazná, že předčí marketingové produkty dalších uchazečů o Hrad Michala Horáčka a Jiřího Drahoše*.“ K celé situaci se vyjádřil také tiskový mluvčí prezidenta „*Jeho mluvčí Jiří Ovčáček navíc řekl, že si Zeman náklady, které spolek na billboardy vynaloží, zapíše do účetnictví předvolební kampaně.*“ Článek popisuje význam billboardů, hodnotí je stejně jako reklamu na prezidentovu knihu. K těmto situacím se také prostřednictvím Lidovek vyjádřil člen úřadu, Jan Outlý „*Posoudili jsme zmíněné billboardy a máme jako úřad za to, že naplňují definici volební kampaně dle volebního zákona. Čili úřad je považuje za prostředek kampaně a podle toho se k věci postaví*,“ a prostor dostal i J. Ovčáček „*Pan Outlý je navíc veden osobní nenávistí k panu prezidentovi. A k tomu je nekompetentní.*“ Lidovky vyjádřili svůj názor takto „*V případě Přátel Miloše Zemana není jasné, odkud spolek bere peníze, ani kolik zaplatil za vytištění a vylepení billboardů. Oficiální transparentní účet Zemanovy kampaně navíc obsahuje jediný záznam o výdajích ve výši pouhých 1775 korun*.“ Na konci článku jsou zmíněné částky a sponzoři ostatních prezidentských kandidátů. Tématu o tom, že lidé dostávali společně s hlasovacími lístky také pozvánku na Hrad od prezidenta se věnovalo Aktuálně, od kterého článek ve zkrácené verzi převzalo info.cz. Z hlediska KF jsou shodné. Článek popisuje vznik na základě komentáře od čtenářů, kterým do schránky spolu s hlasovacími lístky přišla pozvánka na Hrad. Jeden komentář od čtenáře zazněl i v článku a reakce J. Ovčáčka zněla „*Letos si připomínáme 100 let republiky a 25. výročí vzniku ČR. Při té příležitosti se koná na Hradě celá řada zajímavých akcí. Je logické, že je o těchto aktivitách informována i široká veřejnost, kterou osobně zve prezident republiky*.“ Autor článku také dodává, že se tím zabývá příslušný úřad „*Podle člena Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran Jana Outlého jde spíše o etický problém než o porušení volebního zákona.*“

Sedmý den nového roku vyšlo deset článků a jedno video zmiňující prezident anebo jeho tiskového mluvčího. Devět článků se věnuje rozhovoru prezidenta na Frekvenci 1 a článek od Echo 24 se zamýšlí nad změnou povolání prezidenta na hlasovacím lístku. Video od DVTV dává prostor prezidentu republiky jako jednomu z kandidátů na prezidenta. Prezidentův rozhovor na Frekvenci 1 byl z hlediska KF rozebrán v kapitole 3.1. Osm článků je psáno na základě informací z ČTK, a proto jsou si podobné, stejně jako KF daných článků. Tématu se věnují Aktuálně, E15, info.cz, Euro zprávy, Euro,

Seznam zprávy, Rozhlas, Frekvence 1 a Parlamentní listy. Prezident v rozhovoru zmínil, že v případě nepostupu do druhého kola by volit nešel „*Pokud bych neuspěl ve volbách, což se může klidně stát, tak protože nebudu mít koho si vybrat, tak nepůjdu volit (ve druhém kole).*“ Články citují také kritiku prezidenta směrem k akci #Metoo „*Prezident rovněž kritizoval kampaň #MeToo, v níž ženy po celém světě upozorňovaly na sexuální nátlak, kterému čelily. Zeman to označil za akci "sufražetek", které podle něj trpí komplexem méněcennosti*,“ předvolební průzkumy nebo prezidentovo stanovisko k milostem. Zmíněný je vulgarismu, který prezident použil v rozhovoru „*Já opravdu nevidím důvod, proč pořádat pochody Prahou a ukazovat tam nahou prdel*,“ s připomínkou jiných situací, kde taková slova použil „*Vulgarity Zeman použil v minulosti také v živém rozhlasovém vysílání Českého rozhlasu. Rozhlas poté rozhodl, že pořad má být napříště předtáčen. Zeman na to ale nepřistoupil, tradiční rozhovory tím skončily*.“ Euro zprávy, Euro, Seznam zprávy a Rozhlas citují také reakci předsedy Prague Pride na prezidentovo vulgární vyjádření. Parlamentní listy se věnuje rozhovorům s prezidentem pro Parlamentními listy a v DVTV, kam prezident nedorazil. Parlamentní listy situaci v DVTV shrnuli „*Zato Martinovi Veselovskému a Daniele Drtinové v DVTV dal prezident košem. V internetové televizi vedli rozhovory se všemi prezidentskými kandidáty. Každý dostal přibližně 20 minut času. Pozván byl i prezident Miloš Zeman, ale hradní mluvčí Jiří Ovčáček do DVTV vzkázal, že Zeman nepřijde. Moderátor Martin Veselovský se však rozhodl oněch 20 minut Zemanovi poskytnout a „vedl rozhovor s prázdnou židlí“. Obrazně řečeno*.“ Martin Veselovský z DVTV uvedl rozhovor s prezidentem v krátkosti „(…) *Dvacet minut pro prezidenta Miloše Zemana, který mandát obhajuje a který rozhovor pro DVTV odmítl. Jeho mluvčí Jiří Ovčáček nám sdělil, že pan prezident má desítky žádostí z českých i zahraničních medií o rozhovory, a proto si na DVTV čas neudělá. Přesto mu stejně jako ostatním osmi kandidátům na post prezidenta české republiky poskytujeme dvacet minut pro případný rozhovor.*“ Poté Martin Veselovský odešel a divák mohl dalších 20 minut koukat na prázdné židle a stůl na pozadí redakce.

Osmý den nového roku vyšli čtyři články věnující se prezidentovy a jeho tiskovému mluvčímu, každý s jiným tématem. Euro zprávy psaly o povinné volební účasti, kterou by Zeman rád prosadil a Ovčáčkovy, který se brání proti kritice Rychetského. Lidovky psaly o zdravotním stavu prezidenta a Parlamentní listy se věnují prezidentovu varování před migranty, které citovala zahraniční média. Euro zprávy si všimli toho, že prezident

by chtěl zavést povinnou volební účast, ale sám v rozhovoru pro Frekvenci 1 řekl, že pokud by nepostoupil, k volit nepůjde. V roce 2017 řekl v České televizi o snaze prosadit povinnou volební účast „*Myslím, že pro každého občana by mělo být povinností, v případě jejího nesplnění za mírnou pokutu, jít k volbám a věnovat maximálně dvě hodiny svého vzácného času, aby vyjádřil svoji vůli*.“ Euro zprávy se zamýšlí i nad dalšími možnostmi „*Jendou z možností, jak se voleb zúčastnit a přitom si nemuset vybírat mezi kandidáty to „nejmenší zlo“, je vhodit do urny prázdnou obálku*.“ Tuto možnost připustil také tiskový mluvčí prezidenta „*Odevzdání bílého lístku je realistickou možností.*“ Euro zprávy v článku využívají citací z výzkumů a spíše popisují situaci. V druhém článku se věnují kritice Rychetského „*Rychetský v rozhovoru pro server iRozhlas.cz například uvedl, že v žádném případě není v kultivované společnosti přijatelné, aby úředník státního aparátu vyslovoval jakékoliv hodnoticí soudy o ústavních činitelích země.*“ Článek je stručný a obsahuje převážně citace komentářu a reakci, jako byla tak Ovčáčkova „*Někde jsem se dnes dočetl, že mám být na hodinu vyhozen. Nemusím vůbec reagovat. Už včera odpověděl pan prezident na Frekvenci 1*.“ Lidovky se věnují tématu z předchozího dne, kdy Topolánek řekl, že prezident je nemocný a nezvládne dalších 5 let v úřadě. Lidovky to hodnotí slovy „*Pro expředsedu ODS je volba takové tříštivé munice logická. V průzkumech se zatím pohybuje kolem poloviny pelotonu prezidentských kandidátů a podobný „výstřel z houfnice“ zvyšuje jeho šance.“*, „*Zatím nejdrsnější atak jednoho prezidentského kandidáta proti druhému ve středu 3. ledna posunul kampaň do žhavé fáze*.“ Článek se také vrací k novoročnímu obědu v Lánech s premiérem, který působil jako podpora pro prezidenta a na oplátku prezident slíbil podporu Andreji Babišovy při hlasování o podpoře vlády. Konec článku je věnován prezidentově dlouhodobému zdravotnímu stavu a je porovnáván přístup k informacím o zdravotním stavu hlavy státu se západními zeměmi „*Na rozdíl od řady západních zemí není v Česku nijak zákonem ani zvyklostmi upraveno informování o zdraví hlavy státu*.“ Parlamentní listy se věnují zmínce Miloše Zemana a Jaromíra Soukupa v britských médiích. V článku převládají citace a popis článku „*Miloš Zeman se dostal na titulní stránky britských médií. Deník Express si povšiml výroku českého prezidenta na adresu uprchlíků a islámu, který pronesl v rozhovoru s Jaromírem Soukupem na TV Barrandov*.“ Kromě České republiky článek připomíná další země, které migranty odmítají.

Devátý den nového roku vyšlo čtrnáct článků, které se věnují prezidentovy a jeho tiskovému mluvčímu. Celkově jde o pět témat, hlavním je prezidentův projev k oslavám 100 let výročí od vzniku Československa. Čtyři články se věnují vyjádření Jiřího Ovčáčka, který nebude odpovídat na dotazy vydavatelství Economia. Média se věnuji ještě tématům z předešlých dní jako je prezidentův zdravotní stav a že prezident nevede kampaň. V těchto článcích převládá KF odmítání (28 výskytů), kritická (25 výskytů) a citace (12 výskytů). Projevu prezidenta se věnují IDNES, Novinky, Deník, Blesk, TV IDNES a E15. Nejcitovanější byl vulgární výrok, jak píše IDNES „*Nekomunističtí ministři, kteří v roce 1948 podali demisi, byli podle prezidenta Miloše Zemana blbí. Někdejší první tajemník ÚV KSČ Alexander Dubček patřil mezi ty, kteří se v roce 1968 podělali hrůzou, za vznik svobodného Československa po roce 1989 může tehdejší sovětský vůdce Michail Gorbačov*.“ Některé články zmiňují i slova vděku od slovenského premiéra Fica. Druhým diskutovaným tématem bylo odmítnutí J. Ovčáčka odpovídat na dotazy novinářů vydavatelství Economia, které bylo probráno z hlediska komunikačních funkcí v kapitole 3.2. Aktuálně, které spadá pod zmíněné vydavatelství přidalo tweet redaktora Jakuba Zelenky, který komunikoval tiskovým mluvčím hradu. K postupu mluvčího také vydali vyjádření „Vydavatelství Economia se proti jednání prezidentova mluvčího důrazně ohradilo. "*Jedná se o bezprecedentní postup, který nemá v české demokratické společnosti obdoby. Hrad oznámil, že bude blokovat naše média poté, co jsme mu položili otázky týkající se financování kampaně prezidenta Miloše Zemana," sdělil ředitel redakcí vydavatelství Vladimír Piskáček*.“ Jednání tiskového mluvčího dle článku odsoudil také syndikát novinářů. Stejný článek převzal server Hospodářských novin, který spadá pod stejné vydavatelství a ceskenoviny.cz. Forum24.cz se vydavatelství na konci článku zastává „*Samozřejmě víme, že aby s někým prezident mluvil, musí být servilní jako Jaromír Soukup nebo přisluhovač Radim Panenka z Parlamentních listů. Podobnou praxi je ale nutné odmítnout a Jakuba Zelenky a celého vydavatelství Economia se zastat*.“ Celý článek je psaný názorově a připomíná také fakt, že tiskovému mluvčímu prezidenta nevadí jiná vydavatelství „*Že má Zeman rád jen média, která mu podlézají, víme dávno Když ale neustále šermuje výrazem „dezinformace“ a „Bakalova média“, deník FORUM 24 se ho zeptal, zda se dívá stejně na média Babišova. „Nesetkal jsem se v praxi s vysloveně účelovým lhaním o panu prezidentovi. Bakalovo vydavatelství vede kampaň ve prospěch jednoho prezidentského kandidáta,“ napsal Ovčáček, kterému je jedno, že Mafra vede kampaň ve prospěch jednoho předsedy vlády.*“ Novinky a Blesk se věnují

zdravotnímu stavu prezidenta republiky na základě informací z briefingu lékařského konzolia, které vydalo prohlášení onkologa Petruželka „*Na základě kompletního prostudování dokumentace ke dni provedených vyšetření můžu konstatovat, že jsem nenalezl žádné známky na přítomnost onkologického onemocnění.*“ Článek se věnuje dlouhodobému zdravotnímu stavu prezidenta například při návštěvě korunovačních klenotů „*Kritici prezidentovi jeho neskrývanou náklonnost k alkoholu vyčítají. Dávají s ní do souvislosti například jeho někdejší návštěvu u korunovačních klenotů, kdy měl prezident problémy udržet stabilitu. Tam však Zemana podle tehdejšího vyjádření Hradu schvátila viróza*.“ Blesk také cituje exmistra Holcáta „*Víte, že zazněly určité zprávy, které vůbec nejsou podloženy lékařskými fakty a jsou nepravdivé. Víte, že stav pana prezidenta je velmi dobrý*.“ V obou článcích se taky vyjádřili ke stavu prezidentovy cukrovky a zakončení článků patřilo výčtu zdravotních problémů prezidenta a potvrzení, že jeho program je náročný „*Málokdo by byl schopen vydržet takovou zátěž jak fyzickou, tak psychickou,“ uvedl. „Pan prezident je schopen v podstatě vykonávat nadále svoji funkci z hlediska jeho zdravotního stavu,“ dodal Kalaš*.“ Článek Parlamentních listů se věnuje tiskové konferenci tiskového mluvčího prezidenta, kde zaznělo, že prezident nevede kampaň, ale „*Na druhé straně prý Miloš Zeman nebrání žádnému z občanů, aby ho podpořil. Nebrání se tedy ani podpoře, které se mu dostalo od spolku Přátel Miloše Zemana. Spolek nechal vyvěsit po České republice billboardy s heslem „Zeman znovu“. Prezident tyto billboardy řádně zahrnul do nákladů na volební kampaň*.“ Jiří Ovčáček připomněl nadcházející plány prezidenta republiky a k většině otázkám od novinářů se nechtěl vyjadřovat „*Hradní mluvčí se také odmítl vyjadřovat ke zprávě Evropského úřadu pro boj proti podvodům (OLAF). „To je věc Poslanecké sněmovny. Pokud jednou bude pan prezident poslancem, jistě se k tomu vyjádří,“ zaznělo z úst Jiřího Ovčáčka.*“

3.4.1 Shrnutí základních rysů KF u sekundárních zdrojů

V sekundárních médiích lze vysledovat následující tendence z hlediska KF:

1) U médií je nutné si uvědomit, že je pro ně primární čtenost článků, a tedy zaujetí čtenáře. Z toho důvodu jsou komunikační funkce primárně atrakční, což se projevuje kritičností a citacemi kritiky, vtipů a sarkasmů. Některé články jsou popisné a doplněné citacemi, bez vyjádření vlastních názorů či postojů. Pouze minimum článků je psáno s vlastním názorem nebo hodnocením, což je z hlediska objektivnosti správně. Samotní

novináři necitují pouze z rozhovorů nebo projevů, ale sami se ptají a zjišťují informace, pokud jim to je umožněno. Často bývají články psány na základě tiskových zpráv, což se v případě článků o prezidentovy nebo jeho tiskovém mluvčím nepotvrdilo. Více než tiskové zprávy byly citovány sociální sítě tiskového mluvčího prezidenta „*Novoroční menu zveřejnil na twitteru mluvčí Hradu Jiří Ovčáček. Uvedl, že prezidenta s premiérem čeká jako předkrm kachní paštika se žampiony dušenými v portském víně, dále hovězí vývar s játrovými knedlíčky a jako hlavní chod svíčková na smetaně s karlovarským knedlíkem. Jako dezert dostali zmrzlinový pohár s ovocem*.“

2) Celkově se sekundární média věnovala za prvních devíti dní přibližně dvaceti čtyřem tématům v šedesáti šesti článcích. Prezident byl citován pouze z rozhovorů a projevů. Vyjádření k otázkám vždy poskytoval jeho tiskový mluvčí.

3) Nejčastěji používanými KF strategickými byli citace (164 výskytů), popis (124 výskytů), názor (110 výskytů), odmítnutí (95 výskytů), zdůvodnění (63 výskytů) a většina souvisela s prezidentem (169 výskytů). Jak je psáno výše, jedná se o články s využitím citací a popisu situací. Citovány jsou názory i odmítnutí a většina komunikačních funkcí souvisí s prezidentem.

4 Analýza témat

Tato práce se věnuje především tematické analýze, popsané v kapitole 1.5.3.3. Po rozdělení OPJ byly určeny komunikační funkce jednotek a poté jednotlivá témata. Cílem je zjistit, co je tematizováno a tvoří téma výpovědí. Témata analýzy jsem rozdělila na čtyři části stejně jako u komunikačních funkcí, primárních od Miloše Zemana, primárních Jiřího Ovčáčka, mluvených Jiřího Ovčáčka a sekundárních médií.

4.1 Témata prezidenta republiky z primárních zdrojů

Stejně jako v případě komunikačních funkcí se jedná o tři rozhovory, tři projevy a osm příspěvků na sociální síti Facebook.

Jejich centrálním tématem jsou tvary zájmena já jako zájmenný mužský participant a nevyjádřený participant. Následuje spojení pane prezidente jako vládní mužský participant. Jelikož jde o rozhovory a projevy je ústředním tématem já a při rozhovorech je prezident často oslovován moderátory. V rozhovorech můžeme najít osobní objekty, tedy jmenné mužské vládní participanty jako je Andrej Babiš nebo Jiří Ovčáček.

Zmínka je také o jemných mužských opozičních participantech Mirek Topolánek nebo Jiří Drahoš, kteří jsou protikandidáti v nadcházející prezidentské volbě. Nelidský participant je Úřad vlády. Tyto témata v rozhovorech převažují z důvodu blížících se prezidentských voleb a nadcházejícího hlasování o důvěře vlády. Zdeněk Bakala je zmíněn třikrát v rozhovoru jako jmenný mužský participant, stejně jako Kájínek, o kterém se mluví v případě udělování milostí. Jediným ženským participantem je prezidentova manželka, o které mluví v rozhovoru pro Parlamentní listy. Janek Ledecký je zmíněn jako jmenný mužský participant jednou, když prezident říká „*Janek Ledecký zpíval, sliby se mají plnit o Vánocích, tak alespoň nějaké sny si můžeme plnit o Vánocích*." V rozhovoru pro Týden s prezidentem mluví moderátor několikrát o atmosféře jako abstraktním participantu. Prezident hodnotí Českou poštu jako nelidského participanta a Pražskou kavárnu jako jmenného opozičního participanta. Celkově v rozhovorech nevyjádřený participant nebo zájmenný participant v různých formách zájmena „já". Mezi další lidské participanty řadíme mužské vládní a mužské opoziční participanty. V rozhovorech určuje hlavní téma moderátor a přechází se tak postupně na jednotlivá připravená témata.

V projevu k příležitosti zahájení oslav 100 let od vzniku Československa byly jmennými mužskými participanty Emil Hácha, Hermann Göring, císař Karel a institucionální mužský participant kardinál Duka. Prezident také mluvil o abstraktních participantech, ve všech rozhovorech vyjadřoval názory, postoje i pocity například „*Víte, ta hlasitá část veřejnosti, tato v uvozovkách Pražská kavárna, jak se říká na Pražském hradě, ale ta část veřejnosti, která upozorňuje na riziko ztráty svobody a demokracie a tak dále, se většinou v posledních letech soustřeďuje na vítěze voleb. To znamená na ty, kteří ve volbách uspěli*." Nebo když mluvil o čase „*Dovolte mi, abych při této příležitosti připomněl slova knihy Kazatel Ecclesiastes. Je čas sbírání kamení a je čas rozmítání kamení. Je čas pláče a je čas smíchu. Je čas boje a je čas pokoje.*" Při otázce na to, jestli je v pořádku, že stát vlastní pivovar, odpověděl „*Mě vždycky zajímají výsledky, a vlastník mě zajímá až ve druhé řadě. Mohou být úspěšné a neúspěšné státní podniky, ale historie zná i neúspěšné soukromé firmy, takže soukromé vlastnictví není automatickou zárukou úspěšnosti.*" V projevech zmínil také zídku, která posloužila jako přemostění dvou odlišných témat. Miloš Zeman tak mohl přeskočit z jednoho tématu na druhé. Prezident zmínil minulost jako abstraktní participant nebo Pražský hrad jako nelidský participant. Prezident užil diskurzivní

participant my „*A my bychom si měli nesmírně vážit úsilí našich předků, které zhruba skončilo v roce 1929, kdy Josip Plečnik dokončil rekonstrukci Pražského hradu*.“

4.1.1 Shrnutí základních rysů témat v projevech prezidenta

V projevech M. Zemana lze vysledovat následující tendence z hlediska tematizace:

1) Celkově v rozhovorech je nevyjádřený participant nebo zájmenný participant v různých formách zájmena „já“. Jedním z hlavních témat v rozhovorech byly nadcházející prezidentské volby a hlasování o důvěře vlády. Z toho vyplývá jmenný mužský vládní participant jako je premiér Andrej Babiš nebo jeden ze soupeřů v prezidentské volbě, Jiří Drahoš jako jmenný mužský opoziční participant. V rozhovorech, které vede moderátor není průběžné téma, ale střídají se.

2) V projevech má prezident určitou strukturu, které se drží ačkoliv si projevy předem nepřipravuje. Celkově v nich, stejně jako v rozhovorech, převládal nevyjádřený participant. Mezi jmenné mužské participanty patřili lidé z historie jako Emil Hácha nebo Hermann Göring, kde chtěl poukázat na dlouhou historii Pražského Hradu, kde se výstava konala a štěstí, že ještě stojí a nikdo jej nezničil. Prezident užil diskurzivní participant „my“, aby dal najevo zainteresovanost občanů České republiky. Prezidentův projev tak plnil funkci oslovit národní hrdost.

3) Charakteristické pro rozhovory i projevy je abstraktní participant, který prezident mohl vyjádřit. Některé názory a pocity byly vyjádřeny i vtipem „A já Vám budu znova citovat, jednou už jsem to myslím říkal, Marka Twaina, "*není nic snadnějšího, než přestat kouřit, já sám jsem to dokázal již stokrát"*.“ Prezident tímto citátem chtěl podtrhnout vágnost předsevzetí „přestanu kouřit“.

4) Nejčastěji používanými tématy jsou zájmeno já v různých tvarech (63 výskytů), prezident (19 výskytů), pan (10 výskytů). V rozhovorech a projevech, stejně jako na sociálních sítích převládá průběhové téma já.

4.2 Témata tiskového mluvčího z primárních zdrojů – psané

Tiskový mluvčí prezidenta republiky, Jiří Ovčáček, je sdílný hlavně na sociálních sítích, kde ve sledovaném období zveřejnil padesát devět příspěvků na Twitteru a třicet pět příspěvků na Facebooku. Jako ředitel Odboru tiskového a tiskový mluvčí prezidenta

republiky má na starosti vydávání tiskových zpráv a jiných prohlášení, kterých ve sledovaném období vydal sedmnáct.

Centrální téma je slovní spojení „prezident republiky“, které použil dvacet šestkrát následováno spojením „pan prezident“, které použil sedmnáctkrát. Užití těchto spojení je logické vzhledem k tomu, že většina komunikace s veřejností je o hlavě státu. Velká část komunikace s veřejností je o mužském vládním participantu stejně jako další účastníci komunikace jsou převážně mužští participanti. Pouze v jednom případě jde o prezidentovu manželku, tedy o ženského participanta, konkrétně při sdílení fotografií z novoročního oběda prezidenta s premiérem. Další mužští participanti jsou Jiří Drahoš, který patří do opozice nebo Andrej Babiš, který je stejně jako prezident vládní mužský participant. Jediná zmínka je o institucionálním mužském participantu kardinálu Dominiku Dukovy.

Mezi nelidské participanty patří Hrad, Syndikát novinářů, Bakalovo vydavatelství, rozhovor, pořad, výstava a expozice. Mezi negativní a zároveň abstraktní participant by se řadila propaganda, kterou Jiří Ovčáček zmínil na Twitteru a Facebooku „*Z debaty na Novinky.cz: Antizemanovská propaganda se stupňuje. Za chvíli bude i v relaci počasí napsáno, ze venku prší kvůli Zemanovi.*“ Téma je napsáno jako intenzivní kritika, vzhledem ke kontextu se jedná o pragmatický obsah, kde se tiskový mluvčí ironicky vyjadřuje k debatě na Novinky.cz.

4.2.1 Shrnutí základních rysů témat u primárních zdrojů tiskového mluvčího – psané

V primárních psaných zdrojích lze vysledovat následující tendence z hlediska tematizace:

1) Centrálním tématem je oslovení prezidenta republiky jako mužského vládního participantu a je hlavní postavou všech sdělení. Jmenný mužský vládní participant jako je premiér Andrej Babiš nebo jeden ze soupeřů v prezidentské volbě, Jiří Drahoš jako jmenný mužský opoziční participant. Zmíněn byl také kardinál Duka jako institucionální mužský participant a manželka prezidenta jako ženský participant.

2) Další témata se řadí do mimojazykových skutečností. Jako nelidský participant se řadí Hrad, Syndikát novinářů, rozhovor, výstava, expozice nebo názvy pořadů, kde

prezident nebo jeho tiskový mluvčí vystoupili. Mezi negativní a zároveň abstraktní participant by se řadila „propaganda“, kterou Jiří Ovčáček zmínil na Twitteru a Facebooku. Několik příspěvků se řadí mezi abstraktní participanty, kdy Jiří Ovčáček vyjadřoval svůj názor na sociálních sítích „*Stále stejné! V únoru 1919 dal premiér Kramář najevo TGM, že chce tichého, pasivního prezidenta, který bude projevy smlouvat s vládou. Opět únor 1919. Kramářovi vadil tým TGM. Napsal: Vám stačí korektní mlčenlivý úředník a nanejvýš jeden stylista pro oficiální projevy. Karel Kramář tak už v roce 1919 ve výtkách TGM přesně popsal současný sen médií a velké části politiků.*“ Hlavním tématem je „premiér Kramář“ jako mužský vládní participant. Tyto příspěvky budou podrobněji probrány v kapitole o nocionálních a pragmatických obsazích.

3) Nejčastěji používanými tématy jsou prezident republiky (26 výskytů), pan prezident (17 výskytů). V textech převažují mužští participanti nad ženskými participanty a vládní nad opozičními participanty. Ve většině se píše o mužských vládních participantech. Lidský participant převažuje nad nelidským participantem.

4.3 Témata tiskového mluvčího z primárních zdrojů – mluvené

Tato kapitola je věnovaná pouze jednomu rozhovoru, kde se Jiří Ovčáček účastnil jako host pořadu Aréna Jaromíra Soukupa na TV Barrandov. Hodnoceny byly témata Jiřího Ovčáčka a jemu přímo předcházející. Kromě moderátora Jaromíra Soukupa byly přítomni hosté Michal Horáček, Petr Hájek, Jiří Ovčáček diváci, kteří měli možnost přímé otázky na některé z hostů.

Centrálním tématem je „*pan prezident*“ s deseti výskyt, následuje oslovení „*pane Ovčáčku*“ s pěti výskyt a „*lidé*“ se čtyřmi výskyty. Ve všech případech se jedná o lidský participant, u pana prezidenta o mužský vládní participant, oslovení pane Ovčáčku jako jmenný mužský participant a lidé jako diskurzivní participant. V případě tématu „*lidé*“ se jde o generalizování „*Lidé víc používají vlastní rozum a už novinářům tolik nevěří*.“ Mezi další diskurzivní participanty patří „*svět*“ a „*my*“ použitých ve větách „*Ale svět je někde úplně jinde, svět není, lidé nežijí v médiích,*“ a „*Pane Ovčáčku, pojďme k mezinárodní politice. My a Evropská unie a respektive, máme patřit do jejího tvrdého jádra, Evropské unie? Kde je naše místo?*“ První příklad použil Jiří Ovčáček, když skočil moderátorovi do řeči a ústředním tématem konverzace byly nadcházející

prezidentské volby. Druhý příklad řekl moderátor, který představil nové téma a psal se rovnou tiskové mluvčího prezident, v ukázce je vidět oslovení, kde moderátor využíval často. Mezi témata se dostali opoziční mužští participanti „*pan Drahoš*“ a „*pan Horáček*“. Nejvíce pozornosti bylo v úvodu pořadu věnováno nelidskému participantu „*fíkus*“, kterého Jiří Ovčáček přinesl jako adekvátní náhradu za Jiřího Drahoše. Podrobnější informace jsou v kapitole o KF. Mezi negativní abstraktní participant řadím téma „servilita“, kterou použil Jiří Ovčáček při odpovědi na otázku, kde je naše místo v Evropské unii, citované výše „(…) *Servilita je vždycky cestou do pekel. To znamená ano Evropské unii, ale ano České republice v Evropské unii – sebevědomé, hrdé a důstojné.*“

V textu převládají nelidští participanti nad lidskými participanty. Nelidských participantů je v textu o necelé čtyři procenta více než lidských. Tematickou posloupnost určuje moderátor případně diváci svými dotazy.

4.3.1 Shrnutí základních rysů témat u primárních zdrojů tiskového mluvčího – mluvené

V primárních mluvených zdrojích tiskového mluvčího lze vysledovat následující tendence z hlediska tematizace:

1) Stejně jako v případě primárních zdrojů se jedná o hlavní téma „*pan prezident*“, vládního mužského participanta následovaného oslovením jeho tiskového mluvčího „pane Ovčáčku“ jako jmenného mužského participanta. Ačkoliv je mužských participantů v textu hodně, nepřevládají nad nelidskými participanty.

2) Ve třech případech bylo využito generalizování při užití témat „lidé“, „my“ a „svět“ jako diskurzivních participantů. Mezi témata se dostali opoziční participanti „pan Drahoš“ a „pan Horáček“, oba jako součást otázky.

3) Nejčastěji používanými tématy jsou pan prezident (10 výskytů), pane Ovčáčku (5 výskytů) a lidé (4 výskyty). Nejpoužívanějšími tématy jsou tak lidští participanti, primárně mužského participanta v případě prezidenta a Ovčáčka.

4.4 Témata sekundárních zdrojů

Ve sledovaném období citovalo prezidenta nebo jeho tiskového mluvčího 29 různých médií. Rozdělení četnosti článků bylo popsáno v kapitole 2.2. Témata budou rozdělena dle jednotlivých dnů, jelikož jsou jednotná z důvodu stejných hlavních témat a zdrojů.

První den nového roku vyšly čtyři články, které se věnovaly rozhovoru s Jiřím Ovčáčkem ve dvou případech, představení kandidátů a přepis rozhovoru s prezidentem pro Parlamentní listy. Jako hlavní téma rozhovoru s Jiřím Ovčáčkem je jméno institucionálního mužského participanta pátera Tomáše Halíka v různý obměnách, například „*Tomáš Halík je všechno, jen ne kněz*." Tato odpověď zazněla při moderátorově otázce, jestli si myslím, že teolog Halík, který dlouhodobě kritizuje Miloše Zemana, bude někdy kandidovat na prezidenta. První reakce na otázku tak byla sarkastická poznámka. Další téma, které se dvakrát zopakovalo byl prezident, také v různých obměnách. Jde o vládního mužského participanta, dále byli zmíněni pouze jmenný mužský participanti jako Dalibor Dědka, komentátor John Bok nebo Martin Fendrych. Nelidských participantů v tomto textu bylo více než lidských participantů. Mezi nelidské participanty jsou řazeny Bakalova média, reakce, slovo nebo výrok. Mezi negativní abstraktní participanty jsou řazeny témata ďábel, který jsou spojen s hlavním tématem, páterem Tomášem Halíkem a nenávist, kterou zmínil Ovčáček při vysvětlování, koho chce prezident ve volbách porazit. V článků o předvolebních spotech byl hlavním tématem vládní mužský participant, prezident republiky se dvěma výskyty z celkových deseti témat článku. V textu převažují nelidští participanti jako spoty, kampaň nebo televize. Jedna zmínka je o abstraktním participantu „*stanovisko*". Přepis rozhovoru byl rozebrán z hlediska témat v první kapitole této částí, která se věnuje tématům.

Druhý den nového roku vyšlo čtrnáct článků s čtyřmi různými tématy, volby a volební spoty, novoroční oběd prezidenta s premiérem a účast Jiřího Ovčáčka v pořadu Aréna Jaromíra Soukupa, která je rozebrána z hlediska témat v kapitole 4.3. Předvolebnímu komentáři od Marka Hilšera jako hlavnímu tématu se věnují 3 servery. Jelikož se jedná o komentář je to nelidský participant, který napsal opoziční mužský participant Marek Hilšer „*Prezidentský kandidát Marek Hilšer v úterý na Twitteru vyzval ostatní uchazeče o Hrad, aby při předvolebních diskusích trvali na prázdné židli pro současného prezidenta Miloše Zemana*." Jeho komentář byl výzvou, která je několikrát v textech zmíněná jako nelidský abstraktní participant. Jiné textu daly přednost tématu kampaň, což je také nelidský participant. Server novinky.cz dal přednost tématu Fisher, tedy

jméno jedno z kandidátů na prezidenta jako opozičního mužského participanta. Další tři servery se věnovaly začínajícím televizním spotům prezidentských kandidátů. Lidovky a týden se zaměřili na téma klip a video, v obou případech se jedná o nelidský participant. V obou článcích byla zmíněna všechna jména kandidátů alespoň jednou. V případě prezidenta se jednalo o vládní mužský participant a v případě ostatních kandidátů o opoziční mužské participanty. Zmínka byla také o abstraktních participantech jako jsou názory, důvěry nebo myšlenka. Server info.cz stručně rekapituloval povinnost veřejnoprávních médií jako nelidských participantů. Z lidských participantů byl zmíněn prezident Zeman jako vládní mužský participant a „*posluchači a diváci*“ jako lidský participant. Ve článcích o novoročním obědě prezidenta s premiérem se píše na pěti serverech. Nejužívanějším tématem jsou premiér a Babiš, což je jedna osoba, vládní mužský participant. Nejzmiňovanějším tématem je z důvodu, že po obědě měl tiskovou konferenci, kde novinářů zodpověděl dotazy. V článku byly zmíněny ženské participantky, manželky premiéra a prezidenta nebo nelidský participant „*novoroční oběd*“. Článek České televize se zaměřil na komentáře k hlasování o důvěře vládě a mezi tématy byly některé politické strany jako nelidští participanti nebo jejich představitelé jako opoziční mužští participanti, Tomio Okamura, Miroslav Kalousek nebo šéf KSČM Vojtěch Filip. Článek Blesku věnoval pozornost obědovému menu jako nelidskému participantu. Poslední téma byla účast Jiřího Ovčáčka v Aréně Jaromíra Soukupa, kde největší ohlas byl na přinesený nelidský participant fíkus. Hlavními tématy v článku IDNES byly mužští opoziční participanti Michal Horáček, Mirek Topolánek a Jiří Drahoš. Server Lidovky zmiňují také Ovčáčka jako mužského participanta a zájmenného participanta „*ten*“. Všechny servery mluví o nelidských participantech jako je pořad nebo diskuze. V těchto článcích převažují lidští participanti nad nelidskými participanty.

Třetí den nového roku vyšlo deset článků se třemi tématy, konkrétně Mirek Topolánek řekl na tiskové konferenci, že prezident je nemocný, tradiční novoroční oběd se šéfy parlamentních komor letos nejspíš neproběhne, protože pan prezident je zaneprázdněný a rozhovor prezidenta pro parlamentní listy, který je rozebrán z hlediska témat v kapitole 4.1. Ve všech článcích je používán nevyjádřený participant. Servery, která psaly o tiskové konferenci Mirka Topolánka požívaly jako hlavní téma Topolánek, opoziční mužský participant a prezident, vládní mužský participant. Články shodně citují reakci prezidentova tiskového mluvčího, mužského participanta, který se k tomu

nechce vyjadřovat „*pan prezident na zoufalé útoky protikandidátů v zásadě nereaguje. Za sebe mohu uvést, že se tímto prohlášením definitivně potvrdilo, že protikandidáti nemají vůbec žádný pozitivní program pro republiku*.“ V článcích převažují lidští participanti nad nelidskými, ze kterých jsou zmíněné tisková konference, předvolební debaty a první kolo. Další články třetího dne se týkaly novoročního oběda se šéfy parlamentních komor, který se nejspíš z důvodu prezidentovy časové vytíženosti konat nebude. Nejužívanějším tématem je Zeman jako vládní mužský participant. Dalším zmíněnými vládními mužskými participanty jsou předseda Sněmovny Radek Vondráček (ANO) a předseda Senátu Milan Štěch (ČSSD). V článcích jsou pouze lidští a nevyjádření participanti. Rozhovor prezidenta pro Parlamentní listy ve dvou článcích, které si všimly výroku, že Česká republika nikdy neměla uznat Kosovo. Hlavním tématem je vládní mužský participant český prezident Miloš Zeman. Citována je vzpomínka na mužského participanta Rajka Dolečka, kde prezident mluví o jeho roli bojovníka, o lidském participantu. Abstraktní participant byla myšlenka česko-srbského přátelství. V těchto dvou textech také převládali lidští participanti nad nelidskými.

Čtvrtý den nového roku vyšly čtyři články s dvěma tématy, o debatě tiskových mluvčích a o rozhovoru v pořadu Týden s prezidentem. O debatě mluvčích, kterou pořádala IDNES vydala článek, kde je hlavním tématem citace Jiří Ovčáčka jako mužský participant, který řekl „*Chtěl bych, aby se uklidnily emoce, chci neúspěšným kandidátům nabídnout pomocnou ruku*.“ V citaci je tématem nevyjádřený participant. Hlavním tématem článku je vládní mužský participant Zeman, o kterém se v diskuzi mluvilo. Prostor v článku dostali opoziční mužští participanti, kteří nevyslali své zástupce do diskuze Topolánek, Hilšer, Drahoš, Horáček a Hynek. Jediným nelidským participantem je téma debata, která byla zmíněna dvakrát. V článku převažují lidští participanti nad nelidskými. Parlamentní listy si v rozhovoru všimli prezidentova komentáře k Pražské kavárně. Hlavním tématem je vládní mužský kandidát Zeman se sedmi výskyty v článku. Článek zmiňuje i opozičního mužského kandidáta Mirka Topolánka. Jako abstraktní participant je zmíněna atmosféra, dvakrát a jeden výskyt je negativní participant „*kritika*“. Článek využívá nevyjádřeného participantu a lidští participanti převažují nad nelidskými. Rozhlas zmiňuje prezidentovu podporu pro novou vládu, kterou čeká hlasování o důvěře. Hlavním tématem je účastník rozhovoru vládní mužský kandidát prezident Zeman, stejně jako Andrej Babiš, kterého se

hlasování o důvěře primárně týká. Jediný zmíněný nelidský participant je kabinet. IDNES rekapituluje celý rozhovor, kde mužský vládní participant Zeman mluví o podpoře nové vlády a jejím premiérovi, dalším mužském vládním participantu. V článku je značné zastoupení nevyjádřených participantů. Ve všech článcích dne převládá lidský participant nad nelidským a vládní nad opozičním participantem.

Pátý den nového roku vyšlo pět článků, hlavní témata byla pouze dvě o tom, že prezident nevede kampaň a o pozvánkách na Hrad s hlasovacími lísky. Tři články se věnovaly tomu, že prezident nevede kampaň a slovní spojení prezident Zeman se stal hlavním tématem článků. Prezident Zeman je vládní mužský participant, Lidovky i ceskapozice.lidovky.cz zmiňují opoziční mužské participanty, kandidáty na prezidenta. Server ceskapozice.lidovky.cz zmiňuje nelidský participant „*Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí*“, který je pětkrát v článku zmíněn vzhledem k zamyšlení autora nad financováním prezidentovy kampaně. V druhém tématu dne je hlavním tématem vládní mužský participant Miloš Zeman. Dalšími tématy jsou Jiří Ovčáček a Outlý jako mužský participanti a nelidský participanti jako pozvánka, inciativa nebo redakce. V článcích je využíván i nevyjádřený participant. Lidští participanti převažují nad nelidskými participanty.

Sedmý den nového roku vyšlo deset článků a jedno video. Devět článků se věnuje rozhovoru prezidenta na Frekvenci 1 a článek od Echo 24 se zamýšlí nad změnou povolání prezidenta na hlasovacím lístku. Video od DVTV dává prostor prezidentu republiky jako jednomu z kandidátů na prezidenta. Hlavním tématem článků o rozhovoru prezidenta na Frekvenci 1, kterého si všímají, je jeho stanovisko „*Pokud bych neuspěl ve volbách, což se může klidně stát, tak protože nebudu mít koho si vybrat, tak nepůjdu volit*.“ Prezident Zeman jako vládní mužský participant je v devíti článcích zmíněn čtyřicetkrát, jelikož se všech případech jednalo o jeho výroky. Všechny články si všímají prezidentových vulgarit, například když se vyjádřil k Prague Pride „*Já opravdu nevidím důvod, proč pořádat pochody Prahou a ukazovat tam nahou prdel*.“ Ve větě je užit zájmenný participant. Některé články citují reakci předsedy Prague Pride Czeslawa Waleka, jmenného mužského participanta. Další mužský jmenný participant je Jiří Ovčáček, Kájínek a moderátor Luboš Xaver Veselý. Zmínka byla o opozičních mužských kandidátech Topolánkovy, Fisherovy nebo Drahošovy. V citacích bylo užíváno prezidentovo „*já*“ jako zájmenného participanta. Některé články využili nevyjádřených participantů a nelidských participantů jako stát, rozhlas nebo politika.

Jako diskurzivní participant bylo užito spojení „*všichni občané*“. Server Echo má hlavní téma shodně prezidenta Zemana jako vládního mužského participanta. Článek se zmiňuje o všech kandidátech, opozičních mužských participantech. V citaci je zmínka o diskurzivním participantu „*my*“, kdy se vyjadřuje mluvčí ministerstva vnitra Klára Pěknicová, ženská participantka ke kontrolám kolonky povolání na hlasovacích lístkách „*My to nicméně nijak nekontrolujeme. Kandidáti podepisují prohlášení kandidáta, kde je mimo jiné uvedeno, že všechny údaje na té kandidátní listině jsou pravdivé*.“ Jako nelidský participant je Pražský hrad a Ministerstvo vnitra. V článcích převládají lidští participanti nad nelidskými. Video DVTV je stručné celkově obsahuje sedm témat v úvodu Martina Veselovského a popisku videa. Jako nelidský participant je dvakrát zmíněn název internetové televize DVTV, dvacet minut, čtyři rozhovory a čtyři další. Jako mužský participant je zmíněn mluvčí Jiří Ovčáček a vládní mužský participant prezident Miloš Zeman. V případě toho videa převažují nelidští participanti nad lidskými.

Osmý den nového roku vyšly čtyři články se čtyřmi různými tématy. První téma je stejné jako předešlého dne, rozhovor prezidenta pro Frekvenci jedna. Hlavním tématem je vládní mužský participant prezident Zeman, dále opoziční mužští participanti „*Topolánek a Fisher*“, „*ostatní kandidáti*“. Nelidský participanti jsou „*server EuroZprávy.cz*“, „*možnost*“, „*Prosincové výzkumy*“ a „*výsledky průzkumů*“. Lidští participanti převažují nad nelidskými. Druhý článek se věnoval Ovčáčkově odpovědi na kritiku od Pavla Rychetského. Témata byla pouze tři, Rychetský a Ovčáček jako mužští participanti a prezident jako vládní mužský participant. Prezident byl zmíněn v citované odpovědi Ovčáčka „*Někde jsem se dnes dočetl, že mám být na hodinu vyhozen. Nemusím vůbec reagovat. Už včera odpověděl pan prezident na Frekvenci 1*.“ Třetí článek se věnuje souhrnně uplynulému týdnu prezidenta. Prezident republiky jako vládní mužský participant je hlavním tématem. Text je i o opozičním mužském participantu Topolánkovy nebo Horáčkovy, vládním mužském participantu Andreji Babišovy. Jako nelidský participant je několikrát zmíněn Hrad. V textu jsou tři negativní participanti, útok a výpad „*Útok na Zemanovu zdravotní způsobilost není pro obhájce úřadu bezvýznamný*.“ Ve čtvrtém článku si Parlamentní listy všimli, že britská média citují Miloše Zemana a Jaromíra Soukupa o prezidentově varování před migranty. Hlavním tématem je vládní mužský participant, prezident Miloš Zeman.

V textu převažují nelidští participanti, hlavně země jako Česká republika, Maďarsko, Polsko a jejich hlavní města, Britský deník nebo parlamentní volby.

Devátý den nového roku vyšlo čtrnáct článků se čtyřmi tématy. Hlavním tématem byl prezidentův projev k zahájení oslav 100 let od vzniku Československa. Nejužívanější téma je Prezident Zeman jako vládní mužský participant. Texty zmiňují jmenné mužské participanty Alexandra Dubčeka a Gorbačova. Texty mluví o vládním mužském participantu, Andreji Babišovy a Robertu Ficovy. Mezi nelidské participanty patří idoly, zásada, samostatná Česká republika nebo finlandizace. Dalším tématem byl zdravotní stav prezidenta, ke kterému se vyjádřili lékaři na lékařském konziliu. Hlavním tématem je Zeman, vládní mužský participant a mužský participant onkolog Petruželka. Jedna zmínka je o diskurzivním participantu „*my*“ a jednou o nelidském participantu „*Hrad*“. Textech převažuje lidský participant nad nelidským. Jiří Ovčáček odmítal odpovídat na dotazy novinářů vydavatelství Economia. Hlavním tématem je Jiří Ovčáček jako mužský participant, stejně jako redaktor Aktuálně.cz. Nelidský participant je Vydavatelství Economia, Syndikát novinářů nebo zákon. V článcích převládají lidští participanti. Poslednímu tématu se věnují Parlamentní listy, tiskové konferenci tiskového mluvčího prezidenta. Hlavním tématem je vládní mužský participant pan prezident Miloš Zeman, dále mužský participant Ovčáček. Mezi nelidské participanty patří téma, Zlatá bula sicilská a další vzácné archiválie nebo spolek. V tomto textu převládají lidští participanti.

4.4.1 Shrnutí základních rysů témat u sekundárních zdrojů

V sekundárních zdrojích lze vysledovat následující tendence z hlediska tematizace:

1) Hlavním tématem většiny článků je vládní mužský participant prezident Miloš Zeman. Dalším používaným vládním participantem je premiér Andrej Babiš, z opozičních mužských participantů je to Mirek Topolánek. Nejzmiňovanější mužský participant je Jiří Ovčáček. Jako institucionální participant byl zmíněn kardinál Duka. Jako jmenný participanti byly zmíněny osobnosti z historie, moderátoři nebo úředníci. V textech můžeme nalézt také ženské participantky jako je manželka prezidenta, manželka premiéra, mluvčí ministerstva vnitra nebo ministryně obrany. Ženské participanty nepřevládají nad mužskými participanty.

2) Pokud není hlavním tématem prezident, převládá nelidský participant. V čtyřech článcích převládají nelidští participanti, v rozhovoru s Jiřím Ovčáčkem, články o začínající spotech, ve videu DVTV a o citacích Zemana v britských denících. Mezi nejzmiňovanější nelidský participant patří klip a Hrad. V článcích byly využity nevyjádřené participanty. Několik výskytů bylo i negativních participantů jako byl útok, výpad a kritika. Jako abstraktní participanti byly užity atmosféra, myšlenka nebo názor.

3) Články využívají citace, proto jsou témata článku částečně shodná s tématy rozhovorů nebo projevů. V citacích byl používaný také diskurzivní participant „*my*“, „*svět*“ nebo „*lidé*“. Stejně jako u témat prezidenta Zemana byly i sekundárních médiích použity zájmenné participanty „já“.

5 Analýza nocionálních a pragmatických obsahů

Tato práce se věnuje především tematické analýze, popsané v kapitole 1.5.3.3. Po rozdělení OPJ byly určeny komunikační funkce a nocionální a pragmatické obsahy. Cílem je zjistit, jak ovlivňují význam sdělení, u jakých slovních druhů byl použit pragmatický význam a jak souvisí s KF. Nocionální a pragmatické obsahy jsem rozdělila na čtyři části stejně jako u komunikačních funkcí, primárních od Miloše Zemana, primárních Jiřího Ovčáčka, mluvených Jiřího Ovčáčka a sekundárních médií.

5.1 Nocionální a pragmatické obsahy prezidenta republiky z primárních zdrojů

Stejně jako v případě tematické analýzy se jedná o tři rozhovory, tři projevy a osm příspěvků na sociální síti Facebook. Prezident využívá pragmatických obsahů především při rozhovorech nebo projevech, kdy chce dát některým slovům určitou intenci. V porovnání s Facebookem, kde prezident pragmatické obsahy skoro nevyužívá jsou rozhovory a projevy příznakové.

Charakteristická je pro prezidenta vulgarita, kterou využil několikrát ve sledovaném období, například v rozhovoru na Frekvenci 1 při žádosti o názor na adopci dětí homosexuálními páry, se kterou prezident souhlasí, dodal „*Ale současně dodávám, že ukazovat nahou prdel na veřejném shromáždění mně připadá blbé.*“ Tato reakce souvisela s Prague Pride, který se již několik let koná v Praze. Jde o průvod hrdosti

homosexuálů, bisexuálů a transsexuálů. Vulgaritou chtěl dát najevo zbytečnost takového pochodu. Použil ji i při projevu k zahájení oslav „(…) *uvědomte si, že se stále mluví o komunistickém puči, ale kdyby nebylo několika blbých ministrů*, (…)“, „(…) *a proč se všichni ostatní podělali hrůzou.*“ Prezident chtěl dát agresivními přívlastky najevo odsouzení činu ministrů, kteří v roce 1948 podali demisi, stejně jako v roce 1968 se nikdo nesnažil dát najevo vzdor. Oba příznaky se vztahují k substantivu. Prezident využívá vtipů, ironických poznámek a bonmotů na závěr. Jedna z ironických odpovědí byla hned v prvním rozhovoru nového roku, kde na jednu z prvních otázek, jestli má prezident volební štáb, odpověděl „*Když nevedu kampaň, není zapotřebí ani volební štáb*.“ Jedná se o ironickou poznámku, kterou chtěl prezident vyjádřit svůj postoj k položené otázce, která je podle něj zbytečná vzhledem k tomu, že v předchozí odpovědi řekl, že volební kampaň nevede. Odpověď je sama o sobě nocionální, ale v kontextu je jedná o pragmatický obsah. Vtipem také uvolnil atmosféru při zahájení oslav „*Dovolte mi, abych začal v úvodu svého zhruba tříhodinového projevu, uznejte sami, že mám-li mluvit o tisíciletém výročí, tak že tomu musím věnovat nějaký čas. Ale ne, omezím se na několik málo minut a v podstatě zopakuji to, co už jsem říkal při setkání s kardinálem Dukou*.“ Tento vtip na uvolnění atmosféry a pozornost zvolil prezident po úvodním slovu, kde zmínil, jaká výročí se slaví. Celkovém kontextu jde o pragmatický obsah. Prezident využívá slova kritiky nejen k sobě samému, ale i ke svému okolí. Sebekritický byl v Pressklubu Frekvence, kdy se ho moderátor ptal na podrobnější charakteristiku, kdo je Miloš Zeman „*Víte, ve Vaší konkurenční, nikoli televizi, Vy televizi nemáte, ale ve Vašem konkurenčním mediálním kanálu, to jest televize Barrandov, jsem se nedávno trochu kál, a říkal jsem, jak stárnu, stávám se vlídnějším, stávám se smířlivějším, už nejsem tak nafoukanej. Ale Vy se mě ptáte na minulost. Takže arogantní hulvát.*“ V citátu je užito několik příznakových adjektiv, která vztahují k substantivu nebo verbu. V první části používá pozitivní přívlastky pro plány do budoucna a na konci negativní přívlastky k sebehodnocení minulosti. Kritický byl při otázce na cenzuru sociálních sítí „*Jsem zásadně proti, protože kdo je povolán k tomu, aby řekl, co je informace a co je desinformace? Podívejte se, já jsem v předchozím vánočním poselství kritizoval, že ministr vnitra zřídil odbor, který má odhalovat desinformace. Uplynul rok a tento odbor neodhalil ani jednu desinformaci*.“ V této odpovědi je slovní spojení „*zásadně proti*“, kterým chce dát prezident najevo svůj postoj a názor k věci a slovo *proti*, je zesíleno slovem *zásadně*, čímž důrazně odmítá položenou otázku hned v úvodu. Prezident kritiky využil, aby dal najevo svůj

nesouhlas se zřízením zmíněného odboru, který podle něj nic nedělá. Miloš Zeman využívá i charakteristiku například v projevu k zahájení oslav řekl „*Nevím, jestli jste si všichni uvědomili, že my opěvujeme, a to právem, první republiku, ale že trvala všeho všudy dvacet let, zatímco po listopadové revoluci jsme nezávislým svobodným státem delší dobu. A ne jenom to. Nic nám téměř nehrozí, pokud naše vlastní hloupost nám nedovolí, abychom na naše území umístili lidi, kteří sem nepatří*.“ Při zakončování projevu prezident vzpomněl na důvod oslav 100letého výročí, které hodnotí pozitivně v komparaci s 25. výročí. Pragmatika se vztahuje k substantivům, jedná se adjektiva i verba.

5.1.1 Shrnutí základních rysů nocionálních a pragmatických obsahů v projevech prezidenta

V projevech M. Zemana lze vysledovat následující tendence z hlediska příznakovosti:

1) Prezident v projevech i rozhovorech využívá příznakovosti, nejčastěji při kritice, vtipech, ironii nebo charakteristice. Intence užita v podobě adjektiv, které se vztahují k substantivům, ale také využívá verba. Pragmatické obsahy jsou podobné komunikačním funkcím.

2) Jak bylo psáno u komunikačních funkcí, prezident užívá agresivních až vulgárních slov. Vulgarity jsou používány, pokud prezident chce dát najevo svůj bezprostřední názor a obvykle i kritiku, kterou znásobuje právě vulgárními slovy.

3) Prezidentova nejpoužívanější přívlastková slova jsou „samozřejmě“, „velmi“, „v uvozovkách“, „v zásadě“, „rád“ a „příliš“. Ačkoliv patří k nejužívanějším slovům, ve všech projevech a rozhovorech se jedná o desítkové hodné, jsou tedy ojedinělá, nikoliv pravidelná.

5.2 Nocionální a pragmatické obsahy tiskového mluvčího z primárních zdrojů – psané

Pragmatických obsahů není v primárních zdrojích mnoho z důvodu, že tiskový mluvčí Jiří Ovčáček tiskové zprávy píše stručně a bez intence. Tiskové zprávy poté sdílí na svém Facebookovém i Twitterovém profilu. Pragmatické obsahy nalezneme ve sdílených článcích sekundárních médiích, sdílených příspěvcích na Twitteru nebo pokud Jiří Ovčáček vyjadřuje svůj osobní názor na sociálních sítích. Celkově u

primárních zdrojů bylo nalezeno devadesát pět příznakových slov. Na sociálních sítích nejčastěji používá vykřičník jako důraz „*Právě teď, Lány!* (…)“, „*U Bakalů je dnes veselo!*“ Komentář je k fotografii prezidenta s moderátorem Frekvence 1. Vykřičník má krátkému sdělení dodat potřebnou intenci pro zdůraznění aktuálnosti. Nejvíce výskytů má „*rekordní*“ sledovanost, která byla v jednom příspěvku zmíněna hned třikrát a stejně jí sdílel také na Facebooku. Pragmatický obsah se váže k substantivu, Jiří Ovčáček pouze kopíroval název článku, který chtěl, aby si jeho kontakty přečetly. Stejný případ je k nalezení na sociálních sítích ještě několikrát. Například při sdílení článku, kde název říkal „*Miloš Zeman na PL ostře připomněl Slovensku jeho vražednou minulost. A sdělil, jak přesně povede volby*.“ Adjektivum „*ostře*“ se v tomto případě váže k verbu „*připomněl*“ pro zdůraznění toho, jak pan prezident reagoval. Další Adjektivum „*vražednou*“ se váže k substantivu „*minulost*“, server názvem chtěl nalákat čtenáře na zajímavost a intenci užitých slov. Další větou server říká, že znají prezidentovu strategii pro prezidentské volby, využili k tomu adverbium „*přesně*“, které se pojí k verbu „*povede*“. Za zmínku stojí přívlastek „*antizemanovská*“, který je užit celkově třikrát „*Z debaty na Novinky.cz: Antizemanovská propaganda se stupňuje. Za chvíli bude i v relaci počasí napsáno, ze venku prší kvůli Zemanovi*,“ a „*Bakalovo vydavatelství oficiálně podpořilo Jiřího Drahoše. Tím se vysvětluje hysterická antizemanovská kampaň jeho novinářů*.“ V druhém případě je substantivum kampaň zesíleno nejen přívlastkem *antizemanovská*, celý tento výraz je doplněn adjektivem *hysterická.* Jiří Ovčáček chtěl užitím dvou pragmatických obsahů dát najevo sílu kampaně, která je mířená proti prezidentovy. Je to první věta příspěvku. Poslední větou toho příspěvku byla „*Takže, gratulace Michalu Horáčkovi za vytrollení Bakalových novinářů!*“ Tiskový mluvčí prezidenta využil cizího slova trolling[3], což znamená úmyslné provokování pro rozhýbání diskuze/ chatu a začít tak emocionálně laděné příspěvky, jak píše na webu Ebezpečí Kamil Kopecký.

5.2.1 Shrnutí základních rysů nocionálních a pragmatických obsahů u primárních zdrojů tiskového mluvčího – psané

[3] „Termínem „troll“ označujeme uživatele internetu, který úmyslně narušuje diskusi/chat vkládáním nevhodného obsahu s cílem vyprovokovat ostatní účastníky chatu a rozpoutat emocionálně vypjaté ohlasy od ostatních účastníků diskuse. Výsledkem chování trolla je pak destrukce diskusního fóra, které se změní v prostor tzv. „hate speech“ čili nenávistné komunikace. Někdy se termínem trolling označuje též obtěžování jako takové.“ (Ebezpečí, [online])

V primárních zdrojích psaných lze vysledovat následující tendence z hlediska příznakovosti:

1) Při osobních komentářích na sociálních sítích tiskový mluvčí využívá pragmatických obsahů častěji než při vydávání tiskových zpráv. Jedním z důvodů je, že na sociálních sítích sdílí články, které v názvech mívají intenci nebo to, že píše vlastní názory, které jsou příznakové.

2) Pragmatické obsahy obvykle míří na konkrétního člověka nebo společnost. Pro zdůraznění komentářů využívá vykřičníky nebo mnohočetné přívlastky. Jednou využil cizího slova „*trolling*“, které je v textu vysvětleno.

3) Pragmatické obsahy jsou nejčastěji adjektiva jako „*náročná*“, „*přátelské*“ nebo adverbia jako „*přesně*“, „*živě*“. V některých případech se jedná o příznaková verba jako „*aktivní*“ nebo „*kritizoval*“. Jiří Ovčáček rád užívá nálepkování nebo přirovnání, jako v případě fíkusu „*Karel Kramář tak už v roce 1919 ve výtkách TGM přesně popsal současný sen médií a velké části politiků. Prezident-fíkus*.“

5.3 Nocionální a pragmatické obsahy tiskového mluvčího z primárních zdrojů – mluvené

Tato kapitola je věnovaná pouze jednomu rozhovoru, kde se Jiří Ovčáček účastnil jako host pořadu Aréna Jaromíra Soukupa na TV Barrandov. Hodnoceny byly nocionální a pragmatické obsahy Jiřího Ovčáčka a jemu přímo předcházející. Kromě moderátora Jaromíra Soukupa byly přítomni hosté Michal Horáček, Petr Hájek, Jiří Ovčáček diváci, kteří měli možnost přímé otázky na některé z hostů.

Nejužívanějším pragmatickým obsahem je adverbium „*velmi*“, které bylo užito devatenáctkrát z toho šestnáctkrát Jiřím Ovčáčkem. Adverbium je užíváno se substantivy jako „*velmi nepopulární věci*“, s adjektivy „*velmi jednoduché*“, s jiným adverbiem „*velmi otevřený*“ nebo s verbem „*velmi, velmi, vlečou*“. Tiskový mluvčí prezidenta užívá také mnohočetné pragmatické obsahy „*silnější hysterické záchvaty*“, kdy substantivum „*záchvaty*“ je zesíleno adjektivem „*hysterické*“ a celý pojem „*hysterické záchvaty*“ je doplněn vystupňovaným adjektivem „s*ilnější*“, aby dal najevo intenci, kterou novinářské záchvaty a mají a jaké je jeho očekávání do budoucna. Několik výskytů má slovo odmítnutí „*ne*“ například „*thatcherovské ne, ne a ne*“, kde

adjektivem „*thatcherovské*“ chce zdůraznit sílu a jasnost zmíněného odmítnutí. Tímto reagoval, když mluvil o prezidentově rozhodnutí odmítání kvót na přerozdělování migrantů. Na otázku moderátora, jestli si Ovčáček myslí, že by cizí země mohli ovlivňovat volby v České republice, odpověděl „(…) *Je to směšné, je to hloupé, a hlavně je to urážející vůči lidem.* (…)“ Všechny tři adjektiva se vážou k pronomenu „*to*“. Zájmeno „*to*“ zastupuje myšlenku na možné ovlivnění voleb. Chce tím dát najevo, co si myslí o lidech, kteří toto říkají. Jedna z předcházejících odpovědí na otázku demokratičnosti stran byla „*Já myslím, že nejlepším, nejlepším testem demokracie jsou volby. Volby v České republice jsou svobodné, demokratické. Mně nesmírně pobavilo, když někdo hovořil o tom, že jakési pofiderní, nejmenované, tajné služby měly něco ovlivnit. To je nesmysl. Lidé mají vlastní rozum a lidé se rozhodují na základě vlastního přesvědčení a lidem je třeba věřit*.“ V těchto pěti větách je použito devět příznakových adjektiv, která se vážou k substantivům, kromě jednoho, které se váže k verbu. Důraz a pragmatický obsah je u slov, která chce vyzdvihnout. V třetí větě citace říká, co ho pobavilo s intencí daného slova adjektivem „*nesmírně*“ říká, jak moc ho daná věc pobavila. Když mluví o tajné službě, opět chce dát najevo, co si o nich myslí adjektivy „*pofidérní*“ a „*nejmenované*“. Tato odpověď je ukázkou, jak obvykle Jiří Ovčáček užívá pragmatické obsahy.

5.3.1 Shrnutí základních rysů nocionálních a pragmatických obsahů u primárních zdrojů tiskového mluvčího – mluvené

V primárních zdrojích mluvených lze vysledovat následující tendence z hlediska příznakovosti:

1) Nejužívanějším pragmatickým obsahem je adverbium velmi, které tiskový mluvčí používá v kombinaci se substantivy, adjektivy, jinými adverbii nebo s verby. Největší procento je tvořeno adjektivem, které náleží substantivu.

2) Tiskový mluvčí stejně jako při psaných názorech používá mnohočetné pragmatické obsahy. Čím více je mu daná věc, služba nebo člověk nesympatický, tím více pragmatických obsahů použije. Více než tři použity v tomto rozhovoru nebyly. Částečně se může jednat o nálepkování, které Jiří Ovčáček používá.

3) Nejužívanějším pragmatickým obsahem je velmi (19 výskytů), které Jiří Ovčáček použil šestnáctkrát, následuje ne (5 výskytů). Další pragmatické obsahy jsou využity jedenkrát až třikrát.

5.4 Nocionální a pragmatické obsahy sekundárních zdrojů

Ve sledovaném období citovalo prezidenta nebo jeho tiskového mluvčího 29 různých médií. Rozdělení četnosti článků bylo popsáno v kapitole 2.2. Nocionální a pragmatické obsahy budou rozděleny dle jednotlivých dnů, jelikož jsou jednotné z důvodu stejných témat a zdrojů.

První den nového roku vyšly čtyři články, které se věnovaly rozhovoru s Jiřím Ovčáčkem ve dvou případech, představení kandidátů a přepisu rozhovoru s prezidentem pro Parlamentní listy, který je rozebrán v kapitole 5.1. Rozhovor Parlamentních listů s Jiřím Ovčáčkem je pragmatický z hlediska odpovědí tiskového mluvčího, ale také z hlediska novináře, který s ním rozhovor dělal. Celkově jsem v třístránkovém článku našla sto šedesát čtyři pragmatických obsahů. V úvodu, která má čtenáře nalákat k tomu, aby si rozhovor přečetli celý, kde žádají Ovčáčka „*aby se ohlédl za nejrůznějšími útoky na prezidenta Miloše Zemana, které byly často velmi ostré a vulgární, aby je se silvestrovským nadhledem okomentoval*.“ K substantivu útoky se vážou adjektiva „*nejrůznější*“, „*ostré*“, „*vulgární*“ a adverbia „často“ a „*velmi*“. K substantivu nadhledem je připojeno adjektivum „silvestrovským“, čímž chce novinář říci, že by mělo jít o humorný rozhovor v silvestrovském duchu, který bude rekapitulovat rok Miloše Zemana z hlediska kritiky. První moderátorova otázka obsahovala citaci vulgárního slova „sráč“, jak označil Bohumil Pečínka prezidenta. Substantivum „sráč“ se váže k substantivu Zeman. Jiří Ovčáček reagoval „*Mezi „liberálními“ komentátory politickými neziskovkáři a zaprášenými fíkusy se šíří panika, zděšení a strach. Jméno Zeman v nich vyvolává hrůzu.“* Adjektivum „liberálními“ se váže se substantivem komentátor, adjektivum politický se váže se substantivem neziskovkáři a adjektivum zaprášený se váže substantivem fíkus, ve všech případech se jedná o nálepkování, které Jiří Ovčáček využívá pro zlehčení situace. Substantiva „*panika“, „zděšení“, „strach“* a *„hrůza“* mají intenci, aniž by se vztahovala k jinému slovu. V tomto duchu se nese celý rozhovor, moderátor připomene slova, která byla pronesena proti panu prezidentovy a Jiří Ovčáček to odsoudí a řekne svůj hodnotící názor. Server novarepublika.cz necelý článek zveřejnil v původním

znění, je tedy totožný s originálem z Parlamentních listů. Blesk krátce představuje prezidenta Zemana jako jednoho z kandidátů na prezidenta v souvislosti se začátkem vysílám předvolebních spotů, který jako jediný nedodal. Článek je stručný a obsahuje pár přívlastkovýh slov. Jedna je v citaci tiskového mluvčího „*Věc jsme velice pečlivě zvážili a v tuto chvíli je stanovisko takové, že spoty dodávat nebudeme*.“ Adjektiva „*velice*“ a „*pečlivě*“ se vážou k verbu „*zvážili*“. Adjektiva byla užita pro zvýšení důvěryhodnosti a promyšlenosti důvodu, proč nedodávat předvolební spot.

Druhý den nového roku vyšlo čtrnáct článků s čtyřmi různými tématy, volby a volební spoty, novoroční oběd prezidenta s premiérem a účast Jiřího Ovčáčka v pořadu Aréna Jaromíra Soukupa, která je rozebrána z hlediska nocionálních a pragmatických obsahů v kapitole 5.3. Předvolebnímu komentáři od Marka Hilšera jako hlavnímu tématu se věnují 3 servery. V příspěvku na Twitteru vyzývá Hilšer další prezidentské kandidáty, aby společně požadovali prázdnou židli pro prezidenta. IDNES jeho zdůvodnění parafrázuje slovy „*Ta by měla podle Hilšera symbolizovat Zemanovu neochotu se diskusí účastnit z údajného strachu z konfrontace.*“ Substantivum „*neochota*“ se váže k verbu „*účastnit se*“. Adjektivum „*údajného*“ se váže k substantivu „*strach*“, které je také příznakové a váže se k dalšímu příznakovému substantivu „*konfrontace*“. Článek tak nepřímo cituje obsah tweetu, který napsal Marek Hilšer, aby dal najevo nesouhlas s prezidentovým nevedením předvolební kampaně. Všechny texty citují reakci Jiří Ovčáčka „*Pan prezident na výroky protikandidátů v zásadě nereaguje. Jsem přesvědčen, že je to klasický prázdný předvolební výkřik v situaci, kdy protikandidáti nemají vůbec žádný pozitivní program pro tuto zemi. Pan prezident již 10. března 2017 veřejně slíbil, že se předvolebních debat nebude účastnit. Svůj slib občanům pan prezident dodržuje a dodrží.*“ Adverbium „*v zásadě*“ se váže k verbu „*nereaguje*“, k substantivu „*výkřik*“, které je pragmatické samo o sobě v tomto kontextu se vážou tři adjektiva „*klasický*“, „*prázdný*“ a „*předvolební*“, k substantivu „*program*“ se váže adverbium „*vůbec*“ a adjektiva „*žádný*“ a „*pozitivní*“. Tiskový mluvčí prezidenta odmítl reagovat prezidentovým jménem a za sebe přednesl svůj osobní názor, kde odmítá jednání prezidentských kandidátů a rekapituluje prezidentův slib občanům. V druhém tématu se jedná o začátek vysílání předvolebních spotů. Články jsou psány na základě zprávy z ČTK a jsou si podobné. Texty užívají málo intence. Nejčastěji používáné příznakové slovo je „*slibovat*“, které užívá text v citacích i mimo ně. Kromě „*předvolebních slibů*“ je zmíněno, že „*Další z favoritů volby Michal Horáček odpovídá*

na otázku, proč by ho měli lidé volit. Jako důvod uvádí, že nemá „kamarádčoft" s politiky ani byznysmeny." Kde je verbum *„kamarádčoft"* v kontextu pragmatické a váže se k substantivům „*politiky ani byznysmeny"*. Texty o předvolebních spotech jsou popisné. V článcích o novoročním obědě prezidenta s premiérem je hlavní zmiňovanou citací Andej Babiš, který sděluje novinářům pocity po obědě s prezidentem „*Jídlo bylo skvělé, atmosféra taky, prezident je v dobré kondici a těší se na volby v lednu.*" Celá věta je hodnotící a pragmatická, adjektivum „skvělé" se váže k substantivu „jídlo" a adverbium „dobré" se váže k substantivu „kondici". Texty jsou popisné. Poslední téma dne je o Jiřím Ovčáčkovy, který do televizního pořadu přinesl fíkus a tento akt lidovky popisují „*Ten tak do studia přišel s fikusem jakožto "adekvátní náhradou" za Jiřího Drahoše.*" Pragmatický obsah v uvozovkách *"adekvátní náhradou"* se váže k substantivu „*fíkus*". Věta je napsána jako popis slov Jiří Ovčáčka ve studiu, když se ho moderátor zeptal na důvod přinesení rostliny. Jiří Ovčáček je citován dále „(…) *mluvčí, který se do Drahoše "obul" ještě jednou, když komentoval jeho výrok týkající se možného ovlivňování voleb. Je prý urážející, směšný a svědčí o autorově nízkém sebevědomí.*" Příznakové verbum „obul" je užito z důvodu popisu jakým způsobem tiskový mluvčí prezidenta hodnotil Jiřího Drahoše. Adjektiva „urážející" a „směšný" se vážou k substantivu z předchozí věty „výrok", adjektivum „nízké" se váže k substantivu „sebevědomí". Nepřímá citace Ovčáčkova hodnocení činů Jiřího Drahoše. Moderátor pořadu také hodnotil Jiřího Drahoše „*Nikoho nebaví, nikomu nevadí, nikoho nezajímá a možná také bude náš prezident*."

Třetí den nového roku vyšlo deset článků se třemi tématy, konkrétně Mirek Topolánek řekl na tiskové konferenci, že prezident je nemocný, tradiční novoroční oběd se šéfy parlamentních komor letos nejspíš neproběhne, protože pan prezident je zaneprázdněný a rozhovor prezidenta pro parlamentní listy, který je rozebrán z hlediska nocionálních a pragmatických obsahů v kapitole 5.1. První téma se týká tiskové konference Mirka Topolánka, kterého citoval server Týden „*Pokud bude současný prezident Miloš Zeman opět zvolen do funkce hlavy státu, nebude schopen ji dalších pět let plnohodnotně vykonávat. Je to nemocný člověk. Na tiskové konferenci to řekl kandidát na prezidenta Mirek Topolánek. Česká republika podle něj potřebuje silného prezidenta, který bude mít dost zkušeností, energie a bude se umět zastat lidí proti Bruselu i silnému premiérovi. Prezident, který rozděluje společnost jako Zeman, je podle Topolánka slabý prezident*." Nepřímou citací je vyjádřeno, co řekl prezidentský kandidát Mirek

Topolánek na tiskové konferenci k zdravotnímu stavu prezidenta. Verba „*nebude schopen*“ a adverbium „*plnohodnotně*“ se váže k verbu „*vykonávat*“. Adjektivum „*nemocný*“ se váže k substantivu „*člověk*“. Adjektivum „*silného*“ se váže substantivu „*prezidenta*“. Charakteristika je zvýrazněna spojením „*dost zkušeností*“, „*energie*“, „*umět zastat*“, které se váže k substantivu „*lidí*“. Adjektivum „*silnému*“ se váže k substantivu „*premiérovi*“. Verbum „rozděluje“ se váže k substantivu „*prezident*“, stejně jako adjektivum „*slabý*“. Vzhledem k tomu, že jste o úvodní odstavec, který by měl čtenáře nalákat k dalšímu čtení, je psán s využitím pragmatických obsahů. Článek cituje reakci tiskového mluvčího prezidenta, která shoduje s reakcí na výzvu Marka Hilšera z předešlého dne „*pan prezident na zoufalé útoky protikandidátů v zásadě nereaguje. Za sebe mohu uvést, že se tímto prohlášením definitivně potvrdilo, že protikandidáti nemají vůbec žádný pozitivní program pro republiku*.“ Adjektivum „*zoufalé*“ se váže k substantivu „*útoky*“, adverbium „*v zásadě*“ se váže k verbu „*nereaguje*“, k substantivu „*prohlášením*“ se váže adverbium „*definitivně*“, k substantivu „*program*“ se váže adverbium „*vůbec*“ a adjektiva „*žádný*“ a „*pozitivní*“. Tiskový mluvčí prezidenta odmítl reagovat prezidentovým jménem a za sebe přednesl svůj osobní názor, kde odmítá jednání prezidentského kandidáta Mirka Topolánka. Další téma bylo o tom, že tradiční novoroční oběd se šéfy parlamentních komor letos nejspíš neproběhne, protože pan prezident je velmi zaneprázdněný. Tiskový mluvčí prezidenta to okomentoval slovy „*Zcela to nevylučuji, ale v současné době není v programu pana prezidenta časový prostor*.“ Adverbium „*zcela*“ se váže k verbu „*nevylučuji*“. Jiří Ovčáček využil tohoto spojení, aby najevo, že tato informace ještě není konečná. Článek parafrázuje slova předsedy Senátu Štěcha „*Kritizoval prezidentovo propojení s Babišem a i Zemanovo loňské chování k expremiérovi Bohuslavu Sobotkovi (ČSSD), obvinil ho z populismu*.“ Verbum „*kritizoval*“ se váže k substantivu „*propojení*“ a verbum „*obvinil*“ se váže k pronominu „*ho*“ (myšleno prezidenta). V posledním tématu se jedná o články na základě rozhovoru s prezidentem, který vydaly Parlamentní listy. Oba články, které se tématu věnují jsou krátké a popisné s citacemi. Oba servery si shodně všímají slov prezidenta, která řekl o Kosovu při vzpomínce na Rajka Dolečka a přání replice do dalšího roku s osmičkou na konci. Citovány jsou otázky i odpovědi přímo z rozhovoru, který je rozebrán v kapitole 5.1.

Čtvrtý den nového roku vyšly čtyři články s dvěma tématy, o debatě tiskových mluvčích a o rozhovoru v pořadu Týden s prezidentem. O debatě mluvčích, kterou pořádala IDNES se zmiňuje pouze server IDNES. Článek je popisný s využitím citací z debaty. Pragmatické obsahy jsou primárně v citacích. Například Jiří Ovčáček se vyjádřil k podpoře prezidenta o nevedení předvolební kampaně „*Pana prezidenta jsem podpořil v tom, aby do diskusí nechodil, připadá mi to strategicky výhodné. Pana prezidenta lidé dobře znají, znají jeho názory, ví, jak vykonával svoji funkci a teď to budou hodnotit. Je také zajímavé sledovat ostatní kandidáty, jak hodinu neřeší nic jiného než Zemana*.“ V celkovém kontextu je věta hodnotící až sarkastická, když v poslední větě zmiňuje pobavení nad jednáním ostatních prezidentských kandidátů. Využití pragmatických obsahů je postaveno na zvýšení důvěryhodnosti a určitého odstupu od ostatních kandidátů, například adjektivum „*výhodné*“ je zesíleno adverbiem „*strategicky*“ nebo adverbium „*dobře*“, které se váže k verbu „*znají*“. Další tři články jsou o rozhovoru Týden s prezidentem, vysílaném na TV Barrandov, který je rozebrán v kapitole 5.1. Parlamentní listy si všímají prezidentových slov o Pražské kavárně „*Co se týká „pražské kavárny“, mluví z těchto lidí podle Zemana pocit méněcennosti. „Jsou rozčílení, mají komplex, a proto útočí na vítěze, vyhrál někdo, kým pohrdají a bojí se ho,“ upřesnil s tím, že „pražská kavárna“ by neměla své názory nadřazovat nad názory jiných. „Není to žádná elita, jen pár neúspěšných bývalých politiků a béčkových umělců,“ řekl.*“ Označení Pražská kavárna je příznakové, už tím prezident hodnotí určitou skupinu lidí a k tomu přidává další adjektiva. Hodnotící substantiva „*pocit*“ a „*méněcennosti*“ jsou parafrázovány Parlamentními listy a následuje citace s využitím adjektiva „*rozčílení*“, substantivem „*komplex*“, verby „*útočí*“, „*pohrdají*“ a „*bojí se*“, které se vážou k substantivu Pražská kavárna. Parlamentní listy doplňují prezidentova slova verbem „*nadřazovat*“, které se váže k substantivu „*názory*“. V druhé části citace prezident charakterizuje, kdo patří do Pražské kavárny a celá věta je příznaková. Jedná se pohrdavý názor, což se shoduje s komunikačními funkcemi. K České poště se prezident vyjádřil, že by si zasloužila „*důkladný audit*“, kde se adjektivum váže se substantivem, aby se zjistilo „*zda v ní nedochází zbytečně k plýtvání*“, kde se adverbium váže k substantivu. Rozhlas a IDNES se zaměřili na slova prezidenta o nové vládě Andreje Babiše. Rozhlas využil adverbium „*zřejmě*“ k verbu „*nezíská*“, IDNES zvolilo spojení „*téměř určitě nezíská*“, kde se dvě adverbia vážou k verbu. Oba servery se tak snaží popsat míru jistoty získání důvěry. Prezident je citován také s charakteristikou svého politického rozhodování, kdy využil verbum „*nehrbit se*“ jako přirovnání ke

svým názorovým stanoviskům. Článek zmiňuje prezidentovo předsevzetí „*být méně agresivní a namyšlený*“, kde se adverbium váže k oběma adjektivům.

Pátý den nového roku vyšlo pět článků, hlavní témata byla pouze dvě o tom, že prezident nevede kampaň a o pozvánkách na Hrad s hlasovacími lísky. Tři články se věnují tématu o prezidentově kampani, kterou nevede. Server expres.cz článek pojal jako polemiku a využívá pragmatických obsahů více než zbylé dva články. První věta míří na českou společnost, která se podle serveru dostává „*do varu a tak trochu i do křeče*“, kde využívá dvou substantiv k hodnocení. Článek rozdělil českou společnost na dvě části, podle toho, jak vnímá Miloše Zemana. Jedné části „*Nejčastěji vadí nereprezentativní chování, proruská a pročínská orientace, autoritářský výklad ústavního práva, neschopnost se účastnit předvolebních debat a v neposlední řadě chabý zdravotní stav. (...) Nemalé množství voličů je Zemanovými lidmi i jím samým klasifikováno pejorativním označením pražská kavárna, pod které je vlastně řazen každý, kdo s prezidentovou politikou nesouhlasí nebo - nedej bože - proti ní vystupuje.*“ Většinu substantiv v citaci doplňuje adjektivum a verba jsou příznaková. Celkové zamyšlení autora článku, které se částečně zakládá na rozhovorech s prezidentem a jeho názorech a hodnoceních. Článek rekapituluje prezidentův zdravotní stav, prezidentovo přání do budoucna vzhledem k chování a hodnocení atmosféry ve společnosti. Další dva články od Lidovek se tématu věnují široce. Jeden článek primárně porovnává prezidentovu neúčast v superdebatě s prezidentovou účastí v pořadu TV Barrandov „*Namísto toho si už o hodinu dříve „střihne“ sólo ve vlastním pořadu na TV Barrandov*.“ Příznakové verbum v uvozovkách, které se váže k substantivu má dát najevo, že prezident bude v pořadu pouze s moderátorem. Tiskový mluvčí prezidenta reagoval zopakování slibu, který dal voličům a dodal „*Pokud jde o TV Barrandov, pořad samozřejmě dodrží svůj formát*.“ Verbum je doplněno adverbiem „*samozřejmě*“. V druhém článku Lidovky připomínají také billboardy s prezident a heslem, reklamu na knihu rozhovorů s prezidentem a citují vzkaz člena úřadu pana Outlého, na který reagoval prezidentův mluvčí „*Pan Outlý je navíc veden osobní nenávistí k panu prezidentovi. A k tomu je nekompetentní*.“ Kde se adjektivum váže k substantivu a přívlastkové adjektivum na konci druhé věty. Článek shrnul v krátkosti vedení kampaně z hlediska financí u ostatních prezidentských kandidátů. Dva články se věnují tématu hlasovacích lístků, se kterými chodí pozvánka od prezidenta na Hrad. Tématem se primárně zabývá server Aktuálně a info.cz ho přebírá. Článek je napsán na základě

komentáře k letáku, který zaslal jeden ze čtenářů. „*Podle člena Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran Jana Outlého jde spíše o etický problém než o porušení volebního zákona*.“ Substantivu je rozvito adjektivem a substantivum „*porušení*“ se váže k substantivu „*zákona*“. Článek je popis s třemi citacemi.

Sedmý den nového roku vyšlo deset článků a jedno video. Devět článků se věnuje rozhovoru prezidenta na Frekvenci 1 a článek od Echo 24 se zamýšlí nad změnou povolání prezidenta na hlasovacím lístku. Video od DVTV dává prostor prezidentu republiky jako jednomu z kandidátů na prezidenta. Všechny články si všímají, že prezident v rozhovoru pro Frekvenci 1 řekl „*Pokud bych neuspěl ve volbách, což se může klidně stát, tak protože nebudu mít koho si vybrat, tak nepůjdu volit.*“ Prezidentovo hodnocení možné situace. Dalším zmíněným tématem je akce #MeToo „*Prezident rovněž kritizoval kampaň #MeToo, v níž ženy po celém světě upozorňovaly na sexuální nátlak, kterému čelily. Zeman to označil za akci "sufražetek", které podle něj trpí komplexem méněcennosti*.“ Verbum „*kritizoval*“ se váže k substantivu „*kampaň*“, příznakové označení „*sufražetek*“, verbum „*trpí*“ se váže k substantivu „*komplexem*“, které se váže k substantivu „*méněcennosti*“. Články si všímají, že prezident použil „*vulgární výraz*“, kde se adjektivum vztahuje k substantivu a citují ho „*Já opravdu nevidím důvod, proč pořádat pochody Prahou a ukazovat tam nahou prdel*.“ Adjektivum „*nahou*“ se váže k vulgárnímu substantivu. Některé články citují předsedu Prague Pride „*Vůbec mně ale netěší, že se strefuje do tisíců lidí*, (…)“ Adverbium „*vůbec*“ se váže k verbu „*netěší*“, verbum „*strefuje*“ se váže k substantivu „*lidí*“. Články jsou psány na základě zprávy ČTK a jsou si podobné. Změně povolání na volebním lístku Miloše Zemana se věnuje Echo24.cz a jako důvod uvádí „*Ministerstvo vnitra správnost nijak nekontroluje*.“ Substantivu „*správnost*“ se váže k adverbium „*nijak*“, které se váže k verbu „*nekontroluje*“. Tiskový mluvčí prezidenta odpověděl „*Na dotaz, proč nastala oproti roku 2013 v Zemanově profesi změna, mluvčí Hradu Jiří Ovčáček serveru Echo24 jasně neodpověděl*.“ Adverbium „*jasně*“ se váže k verbu „*neodpověděl*“. Článek je popisný. Posledním tématem je video DVTV, které krátce uvedl Martin Veselovský, užil příznakové „*už*“ v případě „*Už za týden*“, „*už jste viděli*“. Dále následuje verbum „*odmítl*“, které se váže k substantivu „*prezident*“ a verbum „*neudělá*“ se vztahuje k substantivu „*čas*“. Na „případný rozhovor“ dostal prezident dvacet minut.

Osmý den nového roku vyšly čtyři články se čtyřmi různými tématy. První téma je stejné jako předešlého dne, rozhovor prezidenta pro Frekvenci 1, kde si eurozpravy.cz všímají prezidentova stanoviska, že by nešel volit ve druhém kole, pokud by nepostoupil a porovnávají to s jeho prohlášením „*Uvedl, že by chtěl v případě svého znovuzvolení prosazovat povinnou volební účast a možnost voličů sestavovat si vlastní kandidátky i u parlamentních a krajských voleb.*“ Server se také zamyslel nad jinou možností „*Jendou z možností, jak se voleb zúčastnit a přitom si nemuset vybírat mezi kandidáty to „nejmenší zlo“, je vhodit do urny prázdnou obálku*.“ Příznakové spojení v uvozovkách se skládá z adjektiva, které se váže k substantivu. Druhý článek se věnoval Ovčáčkově odpovědi na kritiku od Pavla Rychetského „*Rychetský v rozhovoru pro server iRozhlas.cz například uvedl, že v žádném případě není v kultivované společnosti přijatelné, aby úředník státního aparátu vyslovoval jakékoliv hodnoticí soudy o ústavních činitelích země*.“ Jiří Ovčáček odpověděl „*Někde jsem se dnes dočetl, že mám být na hodinu vyhozen. Nemusím vůbec reagovat. Už včera odpověděl pan prezident na Frekvenci 1*.“ Adverbium „*vůbec*“ se váže k verbu „*reagovat*“. Třetí článek se věnuje souhrnně uplynulému týdnu prezidenta. První se vrací k výroku Mirka Topolánka o prezidentové zdraví „*Pro expředsedu ODS je volba takové tříštivé munice logická. V průzkumech se zatím pohybuje kolem poloviny pelotonu prezidentských kandidátů a podobný „výstřel z houfnice“ zvyšuje jeho šance*.“ Záměr úvodu článku je udržet čtenářovu pozornost pragmatickým obsahem. Zde využívá adjektiva „*tříštivé*“, které se váže k substantivu „*munice*“ a substantiva „*výstřel*“, které se váže se substantivem „*houfnice*“. První věta článku zní „*Zatím nejdrsnější atak jednoho prezidentského kandidáta proti druhému ve středu 3. ledna posunul kampaň do žhavé fáze*.“ Autor chce čtenářům přiblížit aktuální dění a zároveň udržet jejich pozornost. Využívá adjektiva „*nejdrsnější*“, které se váže k substantivu „*atak*“ a adjektivem „*žhavé*“, které se váže k substantivu „*fáze*“. Tiskový mluvčí reaguje stejně jako v případě výzvy Marka Hilšera a Mirka Topolánka „*Pan prezident na zoufalé útoky protikandidátů nereaguje.*“ Záměr tiskového mluvčího je odsouzení takových činů. Článek se popisně věnuje dlouhodobému zdravotnímu stavu prezidenta. Ve čtvrtém článku si Parlamentní listy všimli, že britská média citují Miloše Zemana a Jaromíra Soukupa o prezidentově varování před migranty. Britský deník Zemana cituje „*Zeman je dlouhodobým odpůrcem přijímání uprchlíků a v nedávné minulosti tvrdil, že migrační vlna představuje ohrožení pro evropskou kulturu. Jejich kultura dle jeho názoru není s tou naší slučitelná.*“ Záměrem britského média je sdělit názor na migraci

z dalších zemí. Adjektivum „*dlouhodobým*“ se váže k substantivu „*odpůrcem*“, které se vážek k substantivu „*přijímání*“. Dále je užito substantivum „*ohrožení*“, které se váže ke spojení „*evropskou kulturu*“. Deník poznamenal, že na výrok o deportaci migrantů v roce 2016 vyvolal „bouřlivé reakce“. Hodnoceny byly také parlamentní volby „*V říjnu se v České republice konaly parlamentní volby, ve kterých uspěly pravicové a euroskeptické strany*.“ Deník tak mapuje vývoj politické situace v České republice. Adjektiva „*pravicové*“ a „*euroskeptické*“ se vážou k substantivu strany. Deník připomíná „*Česká republika však není sama, kdo z východní a střední Evropy odmítá migrační politiku Evropské unie*.“ S využitím verba „*odmítá*“, které se váže ke spojení „*migrační politiku*“ chce britský deník přiblížit i politickou situaci v dalších Evropských zemích.

Devátý den nového roku vyšlo čtrnáct článků se čtyřmi tématy. Hlavním tématem byl prezidentův projev k zahájení oslav 100 let od vzniku Československa, který je rozebrán z hlediska nocionálních a pragmatických obsahů v kapitole 5.1. Články si všímají užití agresivních výrazů prezidentem, konkrétně se jedná o adjektivum „*blbí*“, které se váže k substantivu „*ministři*“, verbum „*podělali*“ se váže k adverbium „*hrůzou*“. Dále si články všímají parafráze „*Prezident následně parafrázoval zásadu mnohých z prvních let normalizace, a to „musím zůstat ve své funkci, protože jinak by tam přišla ještě větší svině, než jsem já“. Tato zásada vedla k hluboké zkáze tehdejšího Československa a k hluboké demoralizaci, uvedl prezident*.“ V parafrázované části jsou užita adverbia „*ještě*“ a „*větší*“, která se vážou k agresivnímu „*svině*“. Dále je užito adjektivum „*hluboké*“, které se váže k substantivum „*zkáze*“ a adjektivum „*hluboké*“ se váže k substantivu „*demoralizaci*“. Záměrem je čtenáři zprostředkovat obsah prezidentova projevu. Dalším tématem byl zdravotní stav prezidenta, ke kterému se vyjádřili lékaři na lékařském konziliu „*Podle šéfa prezidentského lékařského konzilia Martina Holcáta se Miloš Zeman cítí velmi dobře a je v dobré kondici*.“ Záměrem je přiblížit čtenářům zdravotní stav prezidenta adverbii „*velmi dobře*“ a adjektivem „*dobré*“, které se pojí se substantivem „*kondici*“. „*Málokdo by byl schopen vydržet takovou fyzickou a psychickou zátěž*.“ Adjektiva „fyzickou a *psychickou*“ se vážou k substantivu „*zátěž*“. Věta by měla přesvědčit čtenáře o dobrém zdravotním stavu prezidenta, který je v pracovním vytížení. Blesk připomíná, kdo se zmínil o prezidentově zdraví „*Zeman přitom brněnského politika Bartíka za šíření zprávy o údajné rakovině označil za „sv*ni“. „Kdybych použil svého oblíbeného výrazu, že ten*

člověk je svině, tak mě zase někdo obviní z vulgarismu. Ale on je svině, protože tohle se nedělá,“ zlobil se na TV Barrandov prezident.“ V textu je třikrát zmíněno vulgární slovo „*svině*“. Adjektivum „*údajné*“ se pojí k substantivu „*rakovině*“. V dalším článku Jiří Ovčáček odmítal odpovídat na dotazy novinářů vydavatelství Economia. Článek popisují servery, které spadají pod vydavatelství Economia a další dvě, která vyjádřila podporu. Důvodem je „*Podle Ovčáčka je důvodem, že vydavatelství údajně oficiálně podpořilo Zemanova soupeře v boji o Hrad Jiřího Drahoše*.“ Záměrem sdělení je uvést čtenáře do problematiky a objasnit situaci. Jsou užita adverbia „*údajně oficiálně*“, která se vážou k verbu „*podpořilo*“. Slovní spojení údajně, chce server dát najevo, že oficiálně nikoho nepodpořilo a tvrzení není pravdivé. Server Aktuálně uvádí oficiální vyjádření tiskového mluvčího prezidenta „*Ptáte se mě jako Bakalův (Zdeněk Bakala, vlastník vydavatelství Economia, pozn. red.) novinář, jehož vydavatelství podpořilo oficiálně Jiřího Drahoše. Fakt nebudu odpovídat volebnímu věstníku prezidentského kandidáta*.“ Partikule „*fakt*“ je užita ve smyslu doopravdy. Server ceskenoviny.cz píše vyjádření Jiřího Ovčáčka „*Podle Ovčáčka vydavatelství Economia, které patří finančníkovi Zdeňku Bakalovi a mimo jiné vydává HN a provozuje server Aktuálně.cz, účelově a záměrně již delší dobu šíří dezinformace s cílem poškodit v očích veřejnosti prezidenta republiky*.“ Adverbia „*účelově a záměrně*“ se vážou k verbu „*šíří*“, příznakové substantivum dezinformace, které znamená nepravdivou informaci. Záměr sdělení tiskového mluvčího republiky je zdůvodnit, proč odmítá novináře vydavatelství Economia. Ovčáček dodal „*Vydavatelství podle něj také vede nepokrytě volební kampaň ve prospěch konkrétního prezidentského kandidáta, kterého veřejně podpořilo*.“ Adverbium „*nepokrytě*“ se váže k substantivu „*kampaň*“, adverbium „*veřejně*“ se váže k verbu „*podpořilo*“. Záměrem komunikace je vysvětlit zdůvodnění, proč odmítá novináře vydavatelství Economia. Vydavatelství vydalo prohlášení „*Vydavatelství Economia se proti jednání prezidentova mluvčího důrazně ohradilo. Jedná se o bezprecedentní postup, který nemá v české demokratické společnosti obdoby. (...)*“ Adverbium „*důrazně*“ se váže k verbu „*ohradilo*“, adjektivum „*bezprecedentní*“ se váže k substantivu „*postup*“. Záměrem je zdůraznit ojedinělost situace a jednání tiskového mluvčího prezidenta. Forum24.cz vydavatelství Economia podpořilo „*Samozřejmě víme, že aby s někým prezident mluvil, musí být servilní jako Jaromír Soukup nebo přisluhovač Radim Panenka z Parlamentních listů. Podobnou praxi je ale nutné odmítnout a Jakuba Zelenky a celého vydavatelství Economia se zastat.*“ Užito je adverbium „*Samozřejmě*“, které se váže k verbu „*víme*“, adjektivum

„*servilní*“ je přirovnáno k substantivu „*Jaromír Soukup*“, substantivum „*přisluhovač*“ se váže k substantivu „*Radim Panenka*“. Záměrem je podpoření vydavatelství Economia a odmítnutí jednání prezidenta a jeho tiskového mluvčího, které je charakterizováno. Poslednímu tématu se věnují Parlamentní listy, tiskové konferenci tiskového mluvčího prezidenta. V úvodu poutají čtenářovu pozornost na „*zajímavá témata*“, adjektivum se váže k substantivu. Článek připomíná schůzku prezidenta s Tomiem Okamurou a následně „*Hnutí ho následně nepřímo podpořilo v prezidentské volbě, (...)*.“ Adjektivum „*nepřímo*“ se váže k verbu „*podpořilo*“. Zbytek článku je popisný.

5.4.1 Shrnutí základních rysů nocionálních a pragmatických obsahů u sekundárních zdrojů

V sekundárních zdrojích lze vysledovat následující tendence z hlediska příznakovosti:

1) Příznakovost v textech sekundárních médií tvoří převážně adjektiva a adverbia. Substantiva a verba, která jsou v některých případech příznaková sama o sobě se v textu také vyskytují. Nejvíce příznakovosti je v citacích, které jsou vybíraný záměrně, aby zvýšili čtenost. Záměry textů jsou si podobné, v úvodu záměrem zachytit čtenářovu pozornost, v těle textu pozornost udržet. Obvykle se jedná o vysvětlení, přesvědčení nebo zachycení autentičnosti a přiblížení čtenáři.

2) Více pragmatických obsahů je v textech, kde se hodnotí nebo popisuje hodnocení. Nejvíce hodnotících textů je tam, kde jsou citovány názory Jiřího Ovčáčka. Citovaná jsou prezidentova vulgární a agresivní slova.

3) Pragmatické obsahy jsou částečně shodné s komunikačními funkcemi. Z toho vyplývá, že pragmatické obsahy a komunikační funkce se vzájemně ovlivňují.

6 Závěr

Cílem práce bylo zjistit jakým způsobem komunikuje prezident republiky Ing. Miloš Zeman. V teoretické části je přiblížena komunikace obecně a dále je vysvětlen způsob, jakým bude probíhat analýza.

V praktické části je osvětlena diference dat na primární a sekundární média.

Celková analýza je rozdělena do tří částí, na analýzu komunikačních funkcí, tematickou analýzu a analýzu nocionálních a pragmatických obsahů. Každá část v úvodu obsahuje postup při analýze a následuje praktická analytická část rozdělená do čtyř základních skupin – rozhovory a projevy pana prezidenta Miloše Zemana, primárních psaných textů Jiřího Ovčáčka, mluvených projevů Jiřího Ovčáčka a data pocházející ze sekundárních médií.

Základem práce je analýza obsahově pragmatických jednotek, kde byly následně určeny komunikační funkce každé této jednotky, která je velmi blízká výpovědi, ale ne vždy dochází k jejich překryvu. Pro účely této diplomové práce bylo použito rozdělení komunikačních funkcí dle Hisrchové (1989) a primární zaměření bylo na komunikační funkce strategické, která má největší výpovědní hodnotu k účelům práce a také odpovídá pojetí komunikačních funkcí, jak jsou představeny v Kořenský (1987), tedy elementární záměry mluvčích. Bylo zjištěno, že struktura KF prezidenta je promyšlená a odpovídá určitému vzorci. Po úvodním pozdravení následují osobní prožitky nebo názory. Poté následuje politická pasáž, která vyjadřuje jeho politické postoje a usiluje o přesvědení a argumentaci, velmi často jsou tyto názory v opozici druhého mluvčího, nebo jsou tak alespoň panem prezidentem prezentovány. Prezident volí také poučky nebo řešení, dále velmi často využívá vsuvky pro upřesnění, což svědčí o prezidentově nadstandardních řečnických schopnostech, kde se jeví jako klíčová schopnost udržet výpovědní perspektivu. Na závěr prezident zcela účelově obvykle volí bonmot, jak sám tyto pasáže s funkcí atrakční nazývá. Na závěr děkuje moderátorům nebo zvolí v kooperaci se zdvořilostní strategií přání návštěvníkům při projevech. Zeman bývá označován za asertivního až agresivního rétora, tomu odpovídá vysledovaná tendence četného používání námitek, kterým většinově předcházejí otázky směřující na jeho rodinu a dotazy týkající se nadcházejících prezidentských voleb. Odmítá také výzvy a žádosti ke sdílnosti. Hlavní odlišnost vyplývající ze srovnání KF v dialogu a monologu

je užívání vtipných a ironických poznámek, což do jisté míry souvisí i s celkovým zaměřením textů, neboť monologické projevy byly formálnějšího charakteru.

V monologických textech převažuje jasná osnova k tématu. Jelikož prezident poskytuje rozhovory pouze médiím, které ho podporují, jsou také otázky připraveny tak, aby prezidentovy vyhovovaly. Prezident je vždy vyžaduje předem a je na ně pečlivě připraven. Za prezidenta často odpovídá na dotazy novinářů jeho tiskový mluvčí Jiří Ovčáček formou tiskových zpráv, které jsou velice stručné a výstižné. Nejčastěji se jedná o oznámení s funkcí informativní a jde pouze jednu až tři výpovědi. Na twitterovém účtu je Jiří Ovčáček o pár procent aktivnější než na Facebookém profilu, což znamená, že Twitter využívá jako primární sociální síť ke komunikaci. Ve sledovaném období se jednalo o padesát devět příspěvků. Na účtu jsou sdíleny především odkazy na oficiální tiskové zprávy, a proto i KF je převážně stejná jako u tiskových zpráv – oznámení s funkcí informativní. Dále se často jedná o sdílení odkazů na různé články o něm samém nebo panu prezidentovi, které jsou kladné nebo sdílení tweetů jiných uživatelů, například Vlády ČR, ministryně obrany Karly Šlechtové nebo Ruské ambasády. Facebookový účet je podobný účtu na Twitteru. V námi sledovaném období přidal Jiří Ovčáček třicet pět příspěvků. Přidávány jsou často fotografie s komentářem, kde je nejčastěji funkce prostého oznámení.

Jiří Ovčáček je přímočarý v mluveném projevu. Pokud se mu něco nelíbí, dá to najevo, například i svými promyšlenými činy, kdy do vysílání přinesl fíkus jako náhradu za ty, kteří nedorazili. Co se týká neverbální komunikace, vše má promyšlené a ví, jak reagovat bez posunků nebo tónu hlasu, který by naznačoval sarkasmus, i když se o ironii či sarkasmus jedná. Na rozdíl od prezidenta, jeho tiskový mluvčí nepoužívá vtipy.

U médií je nutné si uvědomit, že je pro ně primární čtenost článků, a tedy zaujetí čtenáře. Z toho důvodu jsou komunikační funkce primárně atrakční, což se projevuje kritičností a citacemi kritiky, vtipů a sarkasmů. Některé články jsou popisné a doplněné citacemi, bez vyjádření vlastních názorů či postojů. Pouze minimum článků je psáno s vlastním názorem nebo hodnocením. Samotní novináři necitují pouze z rozhovorů nebo projevů, ale sami se ptají a zjišťují informace, pokud jim to je umožněno. Často bývají články psány na základě tiskových zpráv, což se v případě článků o prezidentovy nebo jeho tiskovém mluvčím nepotvrdilo. Více než tiskové zprávy byly citovány sociální sítě tiskového mluvčího prezidenta.

Cílem další části analýzy bylo zjistit, co je tematizováno a tvoří téma výpovědí. Celkově v rozhovorech prezidenta je nevyjádřený participant nebo zájmenný participant v různých formách zájmena „já“. Jedním z hlavních témat v rozhovorech byly nadcházející prezidentské volby a hlasování o důvěře vlády. V projevech má prezident určitou strukturu, které se drží ačkoliv si projevy předem nepřipravuje. Charakteristické pro rozhovory i projevy je abstraktní participant, který prezident mohl vyjádřit. Některé názory a pocity byly vyjádřeny i vtipem. Celkově v nich, stejně jako v rozhovorech, převládal nevyjádřený participant.

Centrálním tématem psaných primárních médií je oslovení prezidenta republiky jako mužského vládního participantu a je hlavní postavu všech sdělení. V textech převažují mužští participanti nad ženskými participanty a vládní nad opozičními participanty. Ve většině se píše o mužských vládních participantech. Lidský participant převažuje nad nelidským participantem.

Stejně jako v případě primárních zdrojů se v mluveném primárním zdroji jedná o hlavní téma „*pan prezident*“, vládního mužského participanta následovaného oslovením jeho tiskového mluvčího „pane Ovčáčku“ jako jmenného mužského participanta. Ačkoliv je mužských participantů v textu hodně, nepřevládají nad nelidskými participanty. Ve třech případech bylo využito generalizování při užití témat diskurzivních participantů.

Hlavním tématem většiny článků je vládní mužský participant prezident Miloš Zeman. Dalším používaným vládním participantem je premiér Andrej Babiš. Pokud není hlavním tématem prezident, převládá nelidský participant, konkrétně ve čtyřech článcích. Například země jako Česká republika, Maďarsko, Polsko a jejich hlavní města, Britský deník nebo parlamentní volby v jednom článku nebo Bakalova média, reakce, slovo nebo výrok v dalším článku. Články využívají citace, proto jsou témata článku částečně shodná s tématy rozhovorů nebo projevů.

Na konec bylo třeba určit nocionální a pragmatické obsahy, kde je cílem zjistit, jak ovlivňují význam sdělení, u jakých slovních druhů byl použit pragmatický význam a jak souvisí s KF. Prezident v projevech i rozhovorech využívá příznakovosti, nejčastěji při kritice, vtipech, ironii nebo charakteristice. Intence užita v podobě adjektiv, které se vztahují k substantivům, ale také využívá verba. Pragmatické obsahy jsou podobné komunikačním funkcím. Jak bylo psáno u komunikačních funkcí, prezident užívá agresivních až vulgárních slov. Vulgarity jsou používány, pokud prezident chce dát

najevo svůj bezprostřední názor a obvykle i kritiku, kterou znásobuje právě pejorativními vyjádřeními.

Při osobních komentářích na sociálních sítích tiskový mluvčí využívá pragmatických obsahů častěji než při vydávání tiskových zpráv. Jedním z důvodů je, že na sociálních sítích sdílí články, které v názvech mají intenci nebo to, že píše vlastní názory, které jsou příznakové. Pro zdůraznění komentářů využívá vykřičníky nebo mnohočetné přívlastky. Jiří Ovčáček rád užívá nálepkování nebo přirovnání. Nejužívanějším pragmatickým obsahem je adverbium velmi, které tiskový mluvčí používá v kombinaci se substantivy, adjektivy, jinými adverbii nebo s verby. Největší procento je tvořeno adjektivem, které náleží substantivu. Tiskový mluvčí stejně jako při psaných názorech používá mnohočetné pragmatické obsahy. Částečně se může jednat o nálepkování, které Jiří Ovčáček používá.

Pragmatické obsahy v textech sekundárních médií tvoří převážně kvalitativní adjektiva a adverbia. Substantiva a verba, která jsou v některých případech příznaková sama o sobě se v textu také vyskytují. Nejvíce příznakovosti je v citacích. Obvykle se jedná o vysvětlení, přesvědčení nebo zachycení autentičnosti a přiblížení čtenáři. Nejvíce hodnotících textů je tam, kde jsou citovány názory Jiřího Ovčáčka. Citovaná jsou často prezidentova pejorativní výrazy. Pragmatické obsahy jsou z velké části shodné s komunikačními funkcemi. Z toho vyplývá, že pragmatické obsahy a komunikační funkce se vzájemně ovlivňují.

Práce prostřednictvím třísložkové funkční analýzy objasnila komunikační strategii prezidenta. Prezident se snaží být nepředvídatelný až překvapivý, například při užívání slov se snaží zaujmout, proto volí agresivní až vulgární slova. Ve shodě s touto strategií zaměřenou na co nejširší oblast recipientů komunikuje prezidentův mluvčí Jiří Ovčáček, který nekomunikuje vždy za prezidenta republiky, ale také sám za sebe, a to nejen na sociálních sítích, ale také k otázkám novinářů. Tyto dvě části komunikace mluvčího prezidenta jsou důležitou součásti PR strategie, jelikož zajišťují povědomí a psanost o prezidentovi. Ve zkoumaném období bylo před prvním kolem přímé prezidentské volby a prezident i jeho tiskový mluvčí zdůrazňovali, že nevedou kampaň. Povědomí u voličů jim tak zajistila správná kombinace komunikačních funkcí a pragmatických obsahů nejen v rozhovorech a projevech, ale také články v sekundárních

médií. Z analýzy témat i z pragmatických obsahů jasně vyplývá, že toto tradiční PR prezidenta mělo stejnou funkci, jako by kampaň vedl.

Literatura a zdroje

BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk současné české politiky*. Vyd. 1. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého v Olomouci, 1993

ČMEJRKOVÁ, Světla a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-1034-3.

DANEŠ, František. *Typy tematických posloupností v textu*. In: Slovo a Slovesnost, 29, 1968, s. 125-141

DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada, 2008, 508 s. ISBN 978-80-247-2018-0.

FAIRCLOUGH, Norman a Isabela. FAIRCLOUGH. *Political discourse analysis*. New York: Routledge, 2012. ISBN 9780203137888.

FAIRCLOUGH, Norman. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. New York: Longman, 1995. ISBN 0582219841.

FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-7.

GAZDA, Jiří. *Jazykové prostředky řečové agrese v ruském a českém tisku*. Brno: Masarykova univerzita. Dostupné z: https://is.muni.cz/repo/1139015/Gazda_-_Jazykove_prostredky_recove_agrese_v_ruskem_a_ceskem_tisku.pdf (poslední přístup: 24. 6. 2018)

GREPL, Miroslav. *KOMUNIKAČNÍ FUNKCE VÝPOVĚDI*. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovnik/KOMUNIKAČNÍ FUNKCE VÝPOVĚDI (poslední přístup: 19. 6. 2018)

HIRSHOVÁ, Milada. *Vhodnost (appropriateness) jako pragmatická kategorie*. EUROLINGUA & EUROLITTERARIA [online]. 2009, ISBN 978-80-7372-544-0, dostupné z: http://www.kcl.tul.cz/attachments/209_Eurolingua_2009.pdf#page=9 (poslední přístup: 13. 8. 2018)

HIRSHOVÁ, Milada. *Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén.* LINGUISTICA BRUNENSIA [online]. 2010, roč. 58, č. 1–2. Dostupné z: https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/115037/1_LinguisticaBrunensia_11-2010-1_17.pdf (poslední přístup: 13. 8. 2018)

HIRSCHOVÁ, Milada. *Úvod do teorie textu*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1989.

HIRSCHOVÁ, Milada. *Komunikační situace*. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovnik/KOMUNIKAČNÍ_SITUACE (poslední přístup: 3. 8. 2018)

HOMOLÁČ, Jiří. *Kritická analýza diskurzu*. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovnik/KOMUNIKAČNÍ_SITUACE (poslední přístup: 3. 8. 2018)

JAKLOVÁ, Alena. *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*. Naše řeč [online]. 2002, roč. 85, č. 4. Dostupné z: http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689 (poslední přístup: 13. 8. 2018)

KARHANOVÁ, K. *Kritická analýza současného politického diskurzu: Nový jazyk britských labouristů*. In: Slovo a Slovesnost 63, 2002, s. 111–117.

KOPECKÝ, Kamil. *Základní informace o projektu*. In: Ebezpečí [online]. Dostupné z: http://www.e-bezpeci.cz/index.php/o-projektu/oprojektu (poslední přístup: 16. 8. 2018)

KOŘENSKÝ, Jan, HOFFMANNOVÁ, Jana, MÜLLEROVÁ, Olga. *Analýza komunikačního procesu a testu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci 2013. 44 s. ISBN 978-80-244-4032-3.

KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. V Praze: Karolinum, 2008. ISBN 978-80-246-1578-3. 173 s.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995, 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

LAMSER, Václav. *Komunikace a společnost. Úvod do teorie společenské komunikace*. Praha: Academia, 1969, 298 s.

LASSWELL, Harold. Bryson, L., ed. *The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas.* New York: Institute for Religious and Social Studies 1948. p. 117.

MARTINKOVA, Petra. *Není téma jako téma, aneb téma, jak ho znáte a neznáte*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci 2014. 142 s. ISBN 978-80-244-4340-9

MEIXNEROVÁ, Marie. *Komunikace* [online]. Dostupné z: http://oltk.upol.cz/isoj/data/uploads/klicova-aktivita4/ka_04_heslo_el_meixnerova.docx (poslední přístup: 14. 4. 2018)

NAKONEČNÝ M. *Sociální psychologie*. (Vyd. 2., rozš. a přeprac., 498 s.) Praha: Academia, 2009

NEKULA, Marek. *TEXT*. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovnik/TEXTOVÁ LINGVISTIKA (poslední přístup: 13. 8. 2018)

NEKULA, Marek. *TEXTOVÁ LINGVISTIKA*. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovnik/TEXTOVÁ LINGVISTIKA (poslední přístup: 13. 8. 2018)

PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada, 2010, 303 s. ISBN 978-80-247-3622-8.

SHANNON, C.E. *A Mathematical Theory of Communication. Reprinted with corrections from The Bell System Technical Journal,*Vol. 27, pp. 379–423, 623–656, July, October, 1948.

SCHNEIDEROVÁ, Soňa. *Informace – text – kontext: nad současnou situací médií*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2059-2.

SVOBODOVÁ, Jindřiška. *Manipulace a argumentace v politickém a mediálním diskurzu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2016. ISBN 978-80-244-4923-4.

REICHEL, Jiří. *Kapitoly systematické sociologie*. Vyd. 2., přeprac. a dopl. Praha: Grada, 2008, 239 s. ISBN 978-80-247-2594-9.

PLAMÍNEK, Jiří. *Komunikace a prezentace*. Vyd. 2., dopl. Praha: Grada, 2012, 200 s. ISBN: 978-80-247-4484-1.

Preceden. *Vývoj sociálních médií* [online]. Dostupné z: http://www.preceden.com/timelines/68970-v-voj-soci-ln-ch-m-di (poslední přístup: 14. 4. 2018)

Voyant-tools. *Aplikace textové analýzy* [online]. Dostupné z: https://voyant-tools.org/docs/#!/guide/about (poslední přístup: 12. 8. 2018)

Seznam obrázků:

Obrázek 1 - Převzato od Shannon, 1948, s. 2 10

Seznam grafů:

Graf 1 - Graf 1: celkového užití jednotlivých komunikačních cest …….20