

GLOKALIZACE TEXTOVÝCH VZORCŮ V DEVADESÁTÝCH LETECH DVACÁTÉHO A V DESÁTÝCH LETECH JEDENADVACÁTÉHO STOLETÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Otakar Šoltys

Abstrakt

Změna paradigmatu mediálního diskursu z tzv. sovětského na libertariánský, která proběhla v 90. letech minulého století, byla provázena přísnou normalizací textových vzorců zpravodajství a publicistiky. Tyto textové vzorce byly globální a prošly lokálními modifikacemi. V současnosti je možné je považovat za glokalizované, prodělávají však imanentní změnu v rámci pragmatického přerodu na formáty.

Klíčová slova

textový vzorec – globální – lokální – glokalizace – formát

Pražský lingvistický kroužek v generacích následujících po generaci zakladatelů vykazoval vlastnosti intelektuálního vývoje, který předstihl vývoj světové lingvistiky a transponovaně i médiologie nejméně o dvacetiletí. Příkladem může být posunutí languové lingvistiky na rovinu textovou. Karel Hausenblas (1971) promýšlel a formuloval teorii textových vzorců o 20 let dříve, než se postupně rodila nadvětná syntax, textová lingvistika a textová věda, než tedy světová lingvistika dospěla k languovému pojmání textu. Tato poznámka ovšem nemá zásadní vliv na téma příspěvku, na glokalizaci textových vzorců. Od formulování těchto prozíravých poznatků, které dodnes zdobí funkcionalismus a strukturalismus v jazykovědě, musela uplynout řada let a musela se prosadit řada konstruktů a konceptualizací, bez nichž by nebylo možné o glokalizaci hovořit.

Zásadním předpokladem je přijetí McLuhanovy (McLuhan, 1991) představy o globální mediální vesnici, kterou zakládá mediální technologie. Tento médiocentrický koncept je snadno vyvratitelný z pozic sociocentrických, protože zatím není empiricky doloženo, a právem můžeme předpokládat, že není empiricky doložitelné, že by vznikla komunikační potřeba, která by byla nezávislá na pragmalingvistických vlastnostech sdělení. Nicméně kognitivní metafora o globální vesnici byla natolik přitažlivá pro vědce i pro mediální kapitál (propagandistický diskurs, který provázal vznik síťových médií, byl na Marshallu McLuhanovi existenciálně závislý), že o ní můžeme hovořit jako o danosti, od které se odvíjejí další poznatky.

Na takovou konceptualizaci má zásadní vliv vědecké paradigma, které představuje: „...obecně uznávané a vědecké výsledky, které v dané chvíli představují pro společenství odborníků model problémů a model jejich řešení“ (Kuhn, 1997, s. 31). Paradigma je nadřazené vědecké komunitě představující v určité době vědecký obor nebo jeho záro-

dek a je určujícím fenoménem při rozhodování o předmětu, metodologii a výsledcích výzkumu.

Globální vesnice konstruovaná médii nikdy nevznikla a nikdy nevznikne, nicméně je to konstrukt stejně užitečný, jako byl v newtonovské fyzice ideální plyn, ideální síla nebo vakuum. Navíc se o ní dá snáze hovořit v kontextu languové lingvistiky a strukturalistické a funkcionalistické terminologie, než by to bylo možné např. v kontextu etnometodologie nebo konverzační analýzy po pragmatickém obratu v našich oborech. Proto je třeba vnímat globalizaci jako adaptaci fenoménů z globální vesnice na místní lokální podmínky. Škrtli-li bychom pragmatickou presupozici o existenci globální vesnice, neměla by naše úvaha smysl.

Vybrali jsme si tedy textové vzorce, o nichž předpokládáme, že existují v globálním mediálním světě. Zároveň také tvrdíme, a toto tvrzení empiricky dokážeme, že tyto globální vzorce se lokálně modifikují, hovoříme o globalizaci textových vzorců. Procesy lokální adaptace globálních vzorců na podmínky mediálního diskursu probíhají organicky a jsou univerzálním jevem.

Naše situace je o to zajímavější, že ke globalizaci v 90. letech 20. a 10. letech 21. století docházelo v našem kontextu násilně, i když dobrovolně. Sametová revoluce přinesla změnu paradigmatu mediálního diskursu v terminologii *Čtyř teorií tisku* (Siebert – Peterson – Schramm, 1956) z tzv. sovětského paradigmatu na paradigma libertariánské. Obě paradigmatata měla (a někde ještě mají) normativnost textových vzorců ošetřenu a pravidelně kontrolovánu (srov. *Výkladový slovník socialistické žurnalistiky, Příručka pro novináře střední a východní Evropy*). Nicméně stav po pádu železné opony a zhroucení moci komunistických a dělnických stran vypadal tak, že s nově otevřeným územím se zacházelo nikoli jako s mediálním diskursem sovětského typu, ale jako s územím rozvojovým. „Parachuting professors“ (termín, který sami ironicky používali) školili místní mediální diskurs velmi návodně a jednoduše, aniž znali, nebo se chtěli seznámit s tradicemi mediálního diskursu před jejich výsádkem. Nová ekonomická pravidla a možnost podnikání v mediálním diskursu byly také citlivé na dotační prostředky, které transformaci provázely. Organizace typu Freedom Forum, World Press Freedom Committee pak proces přeměny mediálního diskursu koordinovaly a kontrolovaly.

Textové vzorce tak byly svým způsobem nařizovány a dobrovolně přijímány jako projev transformace mediálního paradigmatu. Jejich nezvládnutí a nedodržování bylo vnímáno jako „školácká chyba“. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy* (dále jen *Příručka*), kterou v r. 1991 vydaly Lidové noviny, Syndikát novinářů České republiky a World Press Freedom Committee, je vhodným typem publikace pro ilustrování toho, jak se předávaly informace o textových vzorcích platných v libertariánském mediálním paradigmatu. O závažnosti textu vypovídá i dedikace: „Tato kniha je věnována všem statečným novinářům, kteří nedovolili, aby svobodný tisk zahynul, a tím pomohli vybojovat ve svých zemích svobodu.“

Příklad, který uvádíme, je metonymií za řadu dalších. V *Příručce* se na s. 31 dočteme o zprávě, že má úvodní odstavec, který může být:

- A) Shrnující
- „... Jsou tu všechny hlavní prvky: KDO (rada), KDY (včera), CO (schválený rozpočet) a JAK (těsným počtem hlasů). Následující odstavce by měly přinést další podrobnosti a také vysvětlit PROČ (pro a proti) a KDE...“
- B) Akcentující
- C) Dramatický
- D) S citátem
- E) Zdůraznění koloritu scény, popis
- F) Pozdržený
- G) Reakce (následek), co dál?
- H) Analytický
- I) Situační přehled
- J) S otázkou
- K) Slogan

„Při psaní čela zprávy můžete zvolit i jiné typy. Mezi ně patří například překvapivý, provokující, statistický, anekdotický, narativní či retrospektivní.

Volíte-li typ čela, můžete zkusit napsat si tři, čtyři varianty a teprve potom se rozhodnout, která bude nevhodnější. Mějte vždy na paměti následující:

1. Je zpráva čerstvá?...
2. Je to záležitost jednoznačná, nebo složitá?
3. Je zpráva založena na lidech, nebo na událostech?
4. Jak je pravděpodobné, že čtenář o této události již ví?
5. Jak je čtenář na události zainteresován? ...“ (o. c., s. 31 – 33)

„Jak uspořádat zbytek zprávy

... Při psaní zprávy je tradičním postupem tzv. obrácená pyramida. Nejnovější a nejdůležitější informace je uvedena jako první, postupně se přechází k méně důležitým faktům, které jsou uvedeny na konci. ... Řazení informací v rámci pyramidy může být různé. Nejvíce se „běžnému“ postupu blíží asi toto pořadí:

1. Shrnující čelo, které vychází z nového vývoje událostí.
2. Dva až čtyři odstavce s dalšími podrobnostmi o tomto stavu.
3. Odstavec o zákulisí, které má vztah k novému vývoji, nebo k tomu, co předcházelo.
4. Tento odstavec by měl být uveden nejpozději jako šestý v pořadí.
5. Dodatečná informace o novém vývoji.
6. Informace dokreslující pozadí nebo předpokládaný další vývoj.

Další možnosti výstavby zprávy jsou:

- A) Chronologický postup.
- B) Seriálový či epizodický postup.
- C) Pozdržený postup.
- D) S napětím.

- E) Poznámka.
- F) Analýza.
- G) Sloupky a glosy.

Při stavbě zprávy vám pomohou následující otázky:

1. Je zde určitý motiv, kterého byste se měli držet?
2. Jestliže některé části nesouvisí se zvoleným tématem, měli byste je a – zahrnout, b – zpracovat do samostatného článku, c – vypustit?
3. Pomohou citáty a dialogy plynulosti a návaznosti?
4. Může výčet a pořadí jednotlivých částí zpevnit linii?
5. Máte nebo můžete si opatřit humorné prostředky nebo dokreslující příklady?
6. Potřebujete pasáže, jako je obvinění a vyvrácení obvinění, argument a protiargument?
7. Co by měl název vyjádřit?
8. Lze zprávu vyjádřit graficky?“ (o. c., s. 34, 35)

„ ... Nestrannost

Nestrannosti lze dosáhnout. Zde je několik zásad:

1. Udělejte maximum pro to, abyste získali názory obou stran.
2. Mohou existovat více než dva názory.
3. Nikdy nepište ani neredigujte článek o věci, na níž jste finančně či jinak osobně zainteresovaní.
4. Nedovolte, aby vznikl dojem, že máte na článku osobní zájem.
5. Informujte svého nadřízeného o všech případných konfliktech zájmů.
6. Nikdy nerozvíjejte v redakci ani jinde své dohady.
7. V žádném případě nepřijímejte peníze nebo hodnotné dary od osob či organizací, o kterých píšete nebo psát chcete.
8. Snažte se při psaní vyhnout příznakovým slovům a slovním obrátům.
9. Politika novin musí být spravedlivá.
10. Dobré noviny jsou zrcadlem společnosti, která je obklopuje, jejích kladných ani záporných stránek.
11. Nezapomínejte, že vaším hlavním úkolem je nezaujatě informovat.
12. Názory by neměly být anonymní.
13. Novináři pracující ve zpravodajství by neměli psát komentáře.
14. Novináři zabývající se zpravodajstvím by si měli udržovat patřičný odstup od inzerentů a všech ostatních, jímž jsou noviny jakýmkoli způsobem zavázány.“ (o. c., s. 71 – 72)

Když s jistým filozofickým nadhledem zhodnotíme kritéria, která jsou se zprávou spojována, tak je zřejmé, že vycházejí z klasického pozitivismu: pravdivé je to, co je ve shodě s pozitivní realitou, protože zákonitosti jsou v této realitě a my je postupně odhalujeme. Tuto realitu je třeba registrovat a vyjadřovat, avšak zasahovat do ní je zcela zakázané. Takto příkře formulovaná novinářská doporučení nejsou ani minimálně ovlivněna myšlenkovými proudy jako je neopozitivismus nebo strukturalismus, natož postmoderna. Jestliže byla aplikována v 90. letech v této učebnicové podobě, pak nemohla obstát před realitou, která už věděla, že znaky mohou realitu konstruovat (Berger –

Luckmann, 1999), že umožňují simulakra (Baudrillard, 1981) a že žijeme ve společnosti spektaklu. (Debord, 2007). Uvádíme to jen proto, aby bylo zřejmé, že za lokální adaptaci těchto principů nemůže lenost a nevspělost českých novinářů (srov. níže), které samozřejmě nechceme hájit, ale zákonitý vývoj, který tak jako tak nastat musel.

Jak se výše uvedené principy globalizovaly, doložíme textem z roku 1999. V Lidových novinách 16. 11. 1999 vyšel článek amerického novináře Richarda Allena Greena s názvem *Bída české žurnalistiky*, text, který nám slouží nikoli jako analytický, ale jako historický doklad. Přesto jasně ukazuje, které pozitivistické principy už nebyly v té době udržitelné.

V *Bídě české žurnalistiky* se dočteme:

„Na vině byla právě nízká úroveň novinářské práce. Lepší články obsahovaly jeden citovaný zdroj, takže pokud se nemýlím zprostředkovaly pouze jeden pohled na danou situaci. Horší články necitovaly vůbec žádné zdroje, takže jsem měl nulovou představu, odkud by jejich informace mohly pocházet. Zřídka, pokud vůbec někdy, jsem objevil článek, který by uváděl několik zdrojů, popřípadě vyjadřoval protichůdné názory. Mnohé z nich pak byly pouze lepší zprávy z tiskových konferencí nebo upravené materiály, které byly různými agenturami vydány pro média. Jak jsem tak blíže poznával české noviny, všiml jsem si nevyhnutelného výsledku novinářské lenosti: jejich informace byly velice často nesprávné.“ (o. c., s. 2)

Když tento text vztáhneme k *Příručce*, tak zásady 1., 2., 11., 14. jsou flagrantně porušovány.

„Někteří čeští novináři jsou tak pohodlní, že pokud jejich informace pocházejí od politiků nebo od obchodníků, neověřují je a přistupují k nim zcela ležérně. Důvod je nasnadě: v zemi, kde se mluvčí stávají novináři a novináři mluvčími, není radno vrtat se v problému, který by mohl někoho z vedoucích politiků a ekonomů ztrapnit. Novináři pak získávají dobře placená místa jako hlásné trouby lidí, které by měli sledovat ve jménu veřejnosti.“ (o. c., s. 2)

Když tento text vztáhneme k *Příručce*, tak zásady 3., 5. a následující jsou flagrantně porušovány.

„Novináři také často dovolují, aby jejich zdroje kontrolovaly články, než jdou do tisku. Vzdávají se tak dobrovolně své redaktorské svobody. To pak dělá z novin spíš nástroj informačních zdrojů než nezávislých kritických pozorovatelů, kteří ctí fakta.“ (o. c., s. 2)

Když tento text vztáhneme k *Příručce*, tak zásady 3., 4., 5., 6. a 7. jsou flagrantně porušovány.

„Ještě horší je praxe objednávání reklamních článků. Noviny, které nechávají tisknout takové texty, napsané a placené nejrůznějšími reklamními agenturami, aniž by je označily jako inzer-

ci, připravují publicistiku o její největší hodnotu – důvěryhodnost. Pokud čtenář nemůže rozlišit mezi úvodníkem a inzerátem, těžko pak může věřit čemukoli, co v takových novinách najde.“ (o. c., s. 2)

Když tento text vztáhneme k *Příručce*, tak všechny zásady jsou flagrantně porušovány.

R. A. Green pak dělá jednoznačný závěr:

„Žurnalistika žije a umírá se dvěma spřízněnými faktory důvěryhodností a nezávislostí. Jestliže čtenář nemůže věřit, že noviny poskytují vyvážený a nestranný výčet událostí, pak noviny nefungují jako „hlídací pes“ ve jménu veřejnosti. Nejsou pilířem demokracie, kterým musí být, aby země zůstala svobodná. Nejsou pak ničím jiným než podnikáním, pouhým prostředkem k vydělávání peněz.“

To není závěr, který není hajitelný a doložitelný, nicméně je to závěr, který odkazuje k minulosti více než k synchronnímu stavu mediálního diskursu v r. 1999.

V 10. letech 21. století nastal totiž obrat, který prodloužil a legalizoval vývoj, jenž se jevil jako negativní tendence v letech 90.: zrodil se on-line journalism. Otevření vstupní brány mediálního diskursu „širokým masám“ zcela modifikovalo pozitivní a pozitivistickou informaci a prohřešky se staly pravidly. Stačí jeden zdroj, zprávy se upravují v průběhu času, základním novinářským nástrojem je kompilace, přenášení textových bloků z textu do textu a vytváření textových koláží. Sloganem se stává „stahuj“ a účastníkem mediální mega a metahry (Wittgenstein, 1979) prozument (podjemce). Nadnárodní mediální diskurs je nasycen texty, které nejen chtějí, ale také „vrtí psem“.

Zdálo by se tedy, že už není smysluplné normovat a kodifikovat textové vzorce a že se textový vzorec vytratil. Není tomu tak.

„Textový vzorec“ se pragmatizoval a stal se z něj „formát“.

Formát je textový vzorec, jehož součástí je lokální determinace, která je závazná. Formát jako mediální produkt se obchoduje a součástí kupní smlouvy je i velmi přesná realizace textového vzorce jdoucí do nejmenších detailů, tedy do pragmatických vlastností textu. Vzniká tak proces, který je možno v duchu strašných kompozit, která používáme, nazvat „lokglobací“. Už nejde o místní adaptaci principů globálního vzorce, tedy o místní uzpůsobení něčeho obecného, ale o přesazení něčeho lokálně jedinečného do jiného prostředí. Zahradnická metafora je na místě: přesazený formát se buď ujme a pak roste a bují, nebo se neujme a pak uschne a zahyne.

Všimněme si, že formáty typu *Big Brother*, které představovaly metonymie vězení a věznění, byly v postsovětském mediálním diskursu velmi neúspěšné. Zkušenosti s tímto prostředím nemohly být snadno poetizovány, získat poetickou funkci, vzhledem k vězeňské mytologizaci (Barthes, 1984) reálného socialismu. Proti tomu pohled klíčovou dírkou do života vyšší společnosti, který umožňoval formát typu *Star Dance*, je více

než úspěšný. Stejně tak bulvarizace jako logglobace textových vzorců, které se vzdaly pozitivistické objektivitě a vědeckosti a navrátily se do pomlouvačného subjektivismu tak vlastního popkultuře, slaví úspěchy a požívá seriózní tisk.

V 10. letech 21. století nastala situace, kterou bychom nazvali imanentní negací let 90.: textové vzorce, které se v 90. letech modifikovaly na lokální podmínky, a staly se tak glocalizovanými, se pragmatizací přeměnily na formáty, které si realitu podmaňují a které logglobují mediální vesnici. Média a mediální komunikace tak vytvářejí speciálně zakřivený sémioprostor, z něhož není úniku do té doby, dokud dovolíme, aby nám média vytírala zrak.

ZDROJE

- Austin, J. L.: *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press 1962.
- Barthes, R.: *Mythologies*. New York: Hill and Wang 1984.
- Baudrillard, J.: *Simulacres et Simulation*. Paris: Galilée 1981.
- Berger, P. L. – Luckmann, T.: *Sociální konstrukce reality*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury 1999.
- Debord, G.: *Společnost spektaklu*. Praha: Intu 2007.
- de Saussure, F.: *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Odeon 1997.
- Green, R. A.: *Bída české žurnalistiky*. *Lidové noviny*, 16. 11. 1999, s. 2.
- Hausenblas, K.: *Výstavba jazykových projevů a styl*. Praha: Academia 1971.
- Kuhn, T. S.: *Struktura vědeckých revolucí*. Praha: Oikoymenh 1997.
- Leška, O. – Nekvapil, J. – Šoltys, O.: *F. de Saussure and the Prague Linguistic Circle*. *Philologica Pragensia* 30, 1987, s. 77 – 109.
- Lévi-Strauss, C.: *Mýtus a význam*. Bratislava: Veda 1998.
- Malette, M. M. (ed.): *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. Praha: Syndikát novinářů České republiky, *Lidové noviny*, World Press Freedom Committee 1991.
- McLuhan, M.: *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon 1991.
- Siebert, F. – Peterson, T. – Schramm, W.: *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press 1956.
- Šembera, M. a kol.: *Výkladový slovník socialistické žurnalistiky*. Praha: Ústav teorie a praxe žurnalistiky při fakultě žurnalistiky Univerzity Karlovy 1980.
- Wittgenstein, L.: *Filozofické skúmania*. Bratislava: Veda 1979.

The Glocalization of Text Patterns in Nineties and in the Beginning of 21st Century in the Czech Republic

Abstract

The change of the paradigm of media discourse from so-called Soviet to libertarian which took place in 1990s was accompanied by the strict normalisation of text patterns of the news and opinion-based journalism. These text patterns were global and underwent local modifications. In present, it is possible to consider them being glocalised; however, they still undergo an immanent change of their pragmatic transformation into the formats.

Keywords

text pattern – global – local – glocalization – format

Otakar Šoltys, člen katedry mediální komunikace Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy, se zabývá rolí přirozeného jazyka a jiných sémiotických kódů v mediální komunikaci, soustřeďuje se na spisovný jazyk v médiích, jeho kulturu, stylistiku a textovou lingvistiku, kreativní psaní a mediální sémiotiku.

PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky
Fakulta sociálních věd
Univerzita Karlova
Smetanovo nábřeží 995/6
110 00 Praha-Staré Město
Česká republika

ota@fsv.cuni.cz

Studie vznikla v rámci výzkumného záměru MSM0021620841
Rozvoj české společnosti v EU: výzvy a rizika.