

ŽURNALISTICKÉ ŽÁNRY

- žánr (z fr. druh, styl) - v užším smyslu konkrétní vymezení novinářského útvaru
- žánry: souhrn označení pro skupinu žurnalistických děl, která se vyznačují určitými společnými prvky, především tématickými a kompozičními
- v současné době je žánrové rozdělení nestálé a značně vágní, produktem praktického používání v médiích; od striktního žánrového dělení se proto upustilo.
- přesto je znalost žánrů důležitá nejen pro novináře, ale i pro „konzumenty“ médií:
- čtenář nebo posluchač se lépe orientuje, „naladí“ se na stejnou vlnovou délku, pod tradičním označením žánru si zvykne hledat formálně shodně zpracované informace nebo názory
- pro redaktora, zejména začínajícího, pak „mantinely“ žánrů mu pomohou hledat vhodné žánrové zpracování
- rozdělení žánrů:

A) Zpravodajské (faktografické) žánry:

Zpráva – informace o události nebo jevu, který se stal nebo nestal, stane nebo nestane, odpovídá na základní otázky KDO, CO, KDE, KDY, a rozšířená zpráva také na JAK a PROČ. Zachovává přesnost, věcnost, úplnost, spolehlivost, vyváženost, včasnost a citovou neutrálnost.

Fleše (předzprávy) – **anonce, avíza, servis, denní zprávy** (noticky, deničky, lokálky...), **rozšířená zpráva** (jednosloupek, soudní zpráva, otvírák, trháč, sólokapr, telefonát...), **skládaná zpráva, dialogizovaná zpráva, článek, zpravodajské vystoupení** nebo **zpravodajský rozhovor...**

B) Publicistické žánry:

- funkcí publicistiky je přesvědčovat; na rozdíl od zpravodajství, kde se uplatňují především fakta, obsahuje publicistika kromě informací názor, hodnocení a subjektivní přístup, zahrnuje pojmy, soudy, postoje, kombinuje analytický a syntetický přístup, jejím výsledkem je poznání, přesvědčení a získání recipienta.

1) Monologové žánry:

a) informační:

- článek

b) analyticko – kritické:

- úvodník (editorial)
- komentář
- poznámka
- glosa
- recenze
- pamflet
- úvaha

c) emocionální (smyslové):

- publicistická reportáž

d) portrétní:

- portrét

- monografie
- medailon
- nekrolog
- osobnostní interview (též dialogový žánr)

2) Dialogové žánry:

- informační interview
- duel
- polemika
- kulatý stůl
- anketa
- otevřený dopis
- polemika

3) Literární - beletristické žánry:

- literární interview
- literární reportáž
- fejeton
- sloupek
- črta
- esej
- soudnička
- novinová povídka
- karikatura
- fraška
- črta
- báseň
- kresba, obraz
- umělecká fotografie
- příběh a esej
- rozhlasové feature (montáž)
- povídka a novela
- umělecké pořady.....

Beletristické žánry mají za úkol dát žurnalistice i estetickou hodnotu. Mají svébytný jazyk.

POUŽÍVANÉ ŽURNALISTICKÉ TERMÍNY

- **Anketa** - žánrová forma rozhovoru, která se využívá v tisku, rozhlasu a televizi k bezprostřednímu zjištění názorů více osob, zpravidla náhodně vybraných, obvykle na stejnou anketní otázku (otázky); na rozdíl od besedy nemají dotazovaní možnost seznámit se s názory ostatních účastníků ankety a reagovat na ně; využívá se jako expozice dalších publ. žánrů
- **Anotace** - stručná charakteristika slovesného díla, která přináší údaje o jeho obsahu, tématu, zaměření a i autorovi; v agenturní praxi se jako anotace označuje tzv. dlouhý titul, který co nejdůležitěji vyjadřuje obsah sdělení a jehož funkce jsou srovnatelné s novinovým titulkem
- **Autorizace** - označení autorova souhlasu k určitému "zacházení s jeho vlastním dílem"; schválení vlastního textu v podobě rozhovoru
- **Avízo** - v angl. zprav. krátké sdělení určené především novinářům, případně dalším abonentům servisu

- **Background** – ve zprávě kontext (připomenutí předchozího vývoje události) nutný k pochopení oznamované skutečnosti
- **Beseda** – označení žánrové formy rozhovoru více než dvou účastníků, připravená a řízená jedním z nich » tj. redaktorem nebo moderátorem
- **Briefing** – buď jde o základní stručnou informaci o události, kde jsou prostřednictvím tiskového mluvčího nebo jiné pověřené osoby informováni novináři, nebo též o kratší, resp. stručnou podobu tiskové konference, někdy i bez možnosti klást otázky
- **Časopis** – tiskovina vycházející pravidelně, v určitém místě, která má nejméně půlroční a nejvíce jednotýdenní periodicitu; od deníku se liší menší aktuálností, větší podrobností probíraných témat a grafickou úpravou; je určen vyhraněnému okruhu čtenářů
- **Článek** – v laickém pojetí jakýkoli materiál v novinách kromě zprávy; v odborném – samostatný žánr obsahující jasné, věcné, srozumitelné a logické vysvětlení události nebo myšlenky
- **Črta** – žánr na rozhraní publicistiky a literatury, zaznamenávající subjektivní prožitek autora, kdy cílem je literárními výrazovými prostředky zachytit určitou mezní situaci, do níž se autor dostal a zároveň se stal i jejím hlavním hrdinou; obsahovou náplní jsou silné zážitky, setkání s výjimečnými lidmi, nezapomenutelné vzpomínky; př. cestopisná črta – důraz na osobní prožitky
- **Denička** – typ zprávy » stručná informace bez titulku, která vypovídá o aktuální události
- **Deník** – obecně průběžný záznam denních nebo chronologických událostí; noviny vycházející denně, obsahující zpravodajství, publicistiku; podle času vycházení se mohou dělit na raníky – uzávěrka večer předem, poledníky a večerníky, kt. informují o událostech toho kterého dne
- **Domicil** – zeměpisné označení místa, kde došlo k popisované události – u tiskové agentury - domicil – datum – ČTK
- **Feature** – nejzajímavější článek v časopise; v textu se používá s investigativní žurnalistikou a jako druh reportážní tvorby, kdy se jeho tvůrce snaží získat jedinečná fakta z archivů, odborných pramenů či vlastního pozorování a kdy skládá zevrubný obraz konkrétní události se všemi možnými dopady na veřejnost
- **Fejeton** – v tisku jako specifický publ. žánr; subjektivní publicistika s dominantním názorem tvůrce na jeden fakt, umocněný lehkou stylistickou formou; graduje do opinty, používá ironie a sarkasmu, problém se snaží vidět nově, z nečekaného úhlu pohledu
- **Fleš** – první, velmi stručná, zpravidla jen několikáslovná klíčová agenturní informace o mimořádně důležité události, faktu, jevu; vydávají se bez titulku a samy se mohou stát titulkem v novinách
- **Glosa** – obecně poznámka na okraj nebo mezi řádky; žurnalistický druh se svérázným publicistickým akcentem, v němž se odráží jediná otázka či problém a jehož řešení je pouze naznačeno nikoliv definitivně vyjasněno; autor komentuje vzniklou situaci – často ironicky; obsahuje konkrétní fakta a vztah autora k nim; patří mezi nejdrobnější komentativní text v novinách
- **Hypertext** – označení textu, kt. není omezen linearitou a jehož sdělení je rozděleno do jednotlivých bloků ve formě psaného textu; není utvářen lineárně a není prezentován sekvenčně

- **Interview** – rozhovor; metoda, jak získat informace; dialog otázek a odpovědí, v němž partneři mají přesně stanovené role tazatele a odpovídajícího
- **Klišé** – ustálený, automatizovaný otřelý obrat, který mechanickým používáním ztratil životnost
- **Komentář** – druh článku, jenž vznikl z komentované zprávy a poznámky k událostem a vychází ze známých faktů, jevů nebo myšlenek, kt. dává do souvislostí, odhaluje pozadí, příčiny i důsledky, připojuje subjektivní pohled; předpokládá specializaci v oboru; základní žánr rozhlasové, analytické publicistiky » cílem zhodnotit nebo vysvětlit z různých úhlů pohledu aktuální sociální jev nebo problém; základem jasná fakta, kt. komentátor hodnotí
- **Leták** – neperiodický, jednorázový tisk nevelkého rozsahu, považovaný za předchůdce pravidelně vycházejících novin; rozšíření v 15.-16. století
- **Lokálka** – denička, drobná zpráva místního obsahu přinášející základní informace a odpovědi
- **Medailon** – portrét osobnosti, subjektivně laděný; charakterizuje vybranou osobnost, uvádí základní bibliografické údaje, zvýrazňuje specifické rysy umělecké i povahové
- **Mutace** – v periodickém tisku vydání novin pro určitou oblast tím, že část obsahu byla nahrazena zprávami z příslušné oblasti, např. regionální zpravodajství
- **Nekrolog** – první ucelené hodnocení právě zemřelé, veřejně známé osobnosti, podané publicistickou formou; subjektivně zbarvené a prezentované s pozitivním akcentem; druh medailonu – důraz kladen na vztah autora a zemřelého
- **Noticka** – druh deničky; drobná až jednovětná zpráva o událostech a jevech, kterým se nepřipisuje zásadní význam; nemá titulek
- **Noviny** – pravidelně, periodicky vycházející tiskoviny
- **Pamflet** – ostrý, útočný někdy i hanlivý leták, článek či publikace; má polemický charakter – osobní » pranýřuje ostrou satirickou formou, často v jinotajích; smyslem rozpoutat diskusi, zaujmout pozornost; na rozdíl od kritiky nehledá objektivní fakta
- **Parafráze** – záměrné napodobení cizího uměleckého díla nebo stylu; autor se vyslovuje již k hotovému textu, aby konfrontoval osobní postoj; také volné zpracování cizí předlohy; na rozdíl od citace vyjadřuje obsah, nikoli však doslovně
- **Portrét** – zevrubné publicistické hodnocení obecně známé osobnosti, kt. soustřeďuje všechna důležitá fakta a události života portrétovaného; v popředí snaha o objektivní hodnocení, analýzu tvůrčí činnosti a pohled na portrétovaného jako na celek
- **Poznámka** – krátký, nápaditě psaný útvar na aktuální téma, rozšiřující základní zpravodajskou informaci o novinářův názor; vede k vtipnému, neočekávanému závěru nebo posunutí významu do jiné roviny; operativně navazuje na zpravodajství » přináší první aktuální podrobnější hodnocení události, o níž byla veřejnost informována v předcházející zpravodajské relaci
- **Public Relation (PR)** – agentura pro styk s veřejností; organizace zaměřená na public relations » cílevědomé a dlouhodobé působení na veřejnost ve smyslu ovlivňování názorů nebo veřejného mínění
- **Recenze** – shrnující zhodnocení a posudek; druh publicistického textu, jenž má za úkol především informovat a představit veřejnosti dílo v hlavních rysech; nemá velký rozsah,

soustřeďuje se pouze na hodnocení výrazně kladných nebo výrazně záporných hodnot; stručně představuje tvůrce, sleduje dílo zrodu a zařazuje ho do kontextu

- **Reklama** – v masových médiích se tak označuje jakékoli veřejné oznámení určené k podpoře prodeje, koupě, nájmu výrobku či služby, k propagaci věci nebo myšlenky nebo k vyvolání věci nebo myšlenky nebo k vyvolání jiného účinku žádaného zadavatelem reklamy
- **Reportáž** – publ. žánr; svědecká výpověď konkrétního zážitku v písemné, slyšené nebo vizuální podobě; spojuje aktuální informační a názorovou složku; vychází z bezprostředně nezvyklé situace, jíž byl autor přítomen; pozoruje, popisuje, hledá souvislosti; jde o nesubjektivní podobu publ. vyjádření
- **Rešerše** – vyhledávání, ověřování údajů, faktů a informací; obecně se jedná o sekundární dokument, jenž obsahuje soupis záznamů dokumentů nebo souhrn jiných, např. faktografických informací
- **Ročenka** – publikace, kt. má charakter sborníku, vychází jednou ročně a patří mezi neperiodický tisk
- **Sloupek** – publ. žánr, kt. vznikl na objednávku LN (Heinrich); stojí na vtipném nápadu, podnětem je zážitek či pozorování, jež se snaží s vtipem a někdy ironií dovést ke zevšeobecnění
- **Soudnička** – klasický útvar meziválečné publicistiky soustřeďující se na soudní případ z pohledu justičního projednávání
- **Šéfredaktor** – nejvýše postavený vedoucí pracovník redakce zodpovědný z hlediska obsahu a formy za veškerou činnost příslušného média
- **Úvaha** – publ. meditativní útvar o politické, hospodářském či osobním postoji autora ke konkrétnímu problému: vychází ze známých informací, více se však zaměřuje na vzájemné vazby faktů a argumentů a jejich souvislosti
- **Úvodník** – druh článku zaujímající zásadní stanovisko k nějakému aktuálnímu problému, vyjadřuje stanovisko listu, vedení redakce nebo vydavatele; vychází z faktů, kt. už jsou známa a zpracována ve zpravodajství » známé info však vysvětluje a doplňuje o stanovisko se snahou ovlivnit čtenáře

Zpráva

- kompozice zprávy - základním principem tématicko-kompoziční výstavby psaných zpráv je tzv. obrácená pyramida s přísně vyčleněnými odstavci (odstavců může být samozřejmě méně nebo více - např. rozvíjení opozitního mínění):
 - **1. ods. sděluje podstatu události a sumarizuje obsah celého sdělení**
 - **2. ods. zprávy uvádí osobu, která má k události blízký vztah a její tzv. slovní reakci**
 - **3. ods. uvede téma, které podstatu události rozvíjí, následuje reakce též či další osoby**
 - třetí a čtvrtý odstavec buď doplňují a rozvíjejí první a druhý, anebo jsou ve vztahu k nim protikladné, opozitní; Podle rozměrů či aspektu události a podle záměrů editora je odstavců více nebo méně
- závěr sdělení pak obsahuje souvislosti; takové členění umožňuje řadit odstavce podle důležitosti, jakou jim editor přisuzuje, některé vypouštět nebo zkracovat

Komentář

- z latinského „Commentarius“ = zápis, deník, vysvětlivky...
- druh článku, jenž vznikl z komentované zprávy a poznámky k událostem; vychází ze známých faktů, jevů nebo myšlenek, které dává do souvislostí, odhaluje jejich pozadí, příčiny i důsledky, připojuje subjektivní pohled
 - pokud má být komentář zasvěcený, předpokládá specializaci v oboru a široké zdrojové zázemí
 - stejně jako článek může užívat statistických údajů, jeho specifikum je však v nápadu, zpracování, použití neotřelých jazykových prostředků a pointování
 - český komentář je od svého vzniku v 19. století polemický, politický a satirický, což je dáno okolnostmi jeho vzniku v rámci Rakouska - Uherska.

Glosa

- z řeckého „glóssa“ = jazyk, řeč
- obecně poznámka na okraj nebo mezi řádky; žurnalistický druh se svérázným publicistickým akcentem, v němž se odráží jediná otázka nebo problém a jehož řešení je pouze naznačeno, nikoliv definitivně vyjasněno
 - autor glosuje, často ironicky, vzniklou situaci; Patří k nejdrobnějším komentativním textům, bývá otiskována v názorových stránkách novin

Fejeton

- z francouzského „feuilleton“ = lístek, též zvaný podčárník
- klasický představitel subjektivní publicistiky s dominantním názorem tvůrce na jeden fakt, umocněný lehkou stylistickou formou
 - správný fejeton graduje do pointy, využívá ironie a sarkasmu
 - problém se snaží vidět nově, z nečekaného úhlu pohledu
 - graficky bývá fejeton odlišován kurzívním typem písma
 - H. Heine, A. S. Puškin, V. Hugo, R. Těsnohlídek, K. Čapek, K. Poláček...

Sloupek

- jediný z publicistických žánrů, který vznikl na objednávku, když chtěl šéfredaktor Lidových novin Arnošt Heinrich ve 20. letech 20. století obohatit výrazové pojetí uznávaného deníku, sloupek stojí na vtipném, anekdotickém nápadu, podnětem je zážitek nebo pozorování, jež se snaží s vtipem a někdy ironií dovést ke zevšeobecnění
 - na rozdíl od fejetonu se uzavírá s tématem do skutečné klece jednoho sloupce - je tedy aktuálnější, stručnější a konkrétnější

Článek

- laicky vše v novinách kromě zprávy
- v odborném pojetí samostatný žánr, obsahující jasné, věcné, srozumitelné a logické vysvětlení události nebo myšlenky, faktů a jevů

- článek hledá souvislosti, příčiny, následky, analyzuje a třídí fakta, doplňuje je argumenty a přináší zobecnění
- článek přináší subjektivní přístup autora v oblasti kompozice, jazyka, stylu, a proto je řazen k materiálům publicistickým nebo analytickým
- kromě zprávy je historicky nejstarší, má různé podoby – úvodník, komentář, analýza....

Reportáž

- z latinského „reporto“ = zprávu přinést, anglicky report = zpráva
- publicistický žánr, svědecká výpověď konkrétního zážitku v písemné, slyšené nebo vizuální podobě
- spojuje v sobě aktuální informační a názorovou složku, vychází z bezprostřední nezvyklé situace, jíž byl autor většinou osobně přítomen
- reportér pozoruje a popisuje, hledá souvislosti příběhu, děj ztvárňuje prostřednictvím jednajících osob
- v reportáži jde o neobjektivnější podobu publicistického vyjádření, v níž existují různé kompoziční postupy; i proto je reportáž využívána zejména při konfliktních výpovědích o skutečných událostech, kdy autor musí základní faktografii získat dotazováním, hledáním či rešeršní činností
- psaná reportáž dnes prožívá krizi, z deníků se přesunula do časopisů a zejména do televize. Viz také investigativní žurnalistika (= je zaměřená na získávání informací o záležitostech, které jsou předmětem veřejného zájmu; typické je pátrání po pozadí případu – viz aféra Watergate USA)

Rozhovor

Interview (angl. = schůzka, rozhovor, původně z franc. *entrevoir*, přenesného do angl. *inter a view*) – obecně rozhovor

- **Žurnalistická metoda, jak získat informace**

- **Samostatný, v médiích uplatňovaný novinářský druh:**

Zpravodajský rozhovor, v podstatě dialogizovaná zpráva, která má odpovědět na základní otázky Kdo?, Co?, Kde?, Kdy? a případně Proč? A Jak?, přímá výpověď dotazovaného se používá především pro větší autentičnost informace nebo z praktických důvodů, kdy novinář chce jasně dát najevo čtenáři, že informace pochází od dotazované osoby a novinář odpovědi „pouze reprodukuje“.

Žurnalistický rozhovor, interview - Dialog otázek a odpovědí, v němž partneri na rozdíl od diskuse **mají jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího** (např. v televizním rozhovoru se často dotazovaný snaží obrátit role a ptát se novináře /moderátora/, ten ho ale musí usměrnit).

Interviewovaná osoba je většinou **veřejně známá** (a to i negativně – viz vězeň na doživotí Kájínek) nebo vynikající v nějakém oboru, aby její názory mohly zaujmout recipienty (zpovídaný může být i hrdinou jednoho dne, ale i tak platí, že v tu chvíli jde o osobu veřejně známou).

Rozhovor iniciuje

Autorizace interview - souhlas zpovídaného s konečnou verzí záznamu