

Ještě než se pustíte do psaní článku na portál Dvorek.eu, je vhodné se zamyslet na tím, jaké myšlenky chcete sdělit, a jakou formou toto učiníte.¹

Žurnalistika se dělí na dva hlavní proudy, které se mohou vzájemně prolínat. První rozhodnutí, které musí novinář učinit, je to, zda se zaměří na objektivní prezentování fakt anebo zda do svého příspěvku zařadí subjektivní hodnocení dané kauzy (či obojí). Tento protiklad tvoří stručný rozdíl mezi zpravodajským žánrem a žánrem publicistickým.

1. Zpravodajství

Zprávy v novinách, popisující určitou událost, člověka či téma, avšak mající za cíl čistě informovat spadá do oblastí zpravodajství. Jejich účelem je prezentovat strohá fakta.

Hlavními kritérii zpravodajství je rychlost, přesnost, vyváženost, nepředpojatost a objektivita. Zpráva v novinách odpovídá na základní kdo, co, kdy, kde a proč (anglických „5W“ – who, what, when, where and why).

Zpravodajství nejbliže má na Dvorku sekce „Aktuality“, kterou pravidelně doplňuje redakce portálu. Vaše náměty nám však můžete zasílat na email: redakce@dvorek.eu.

Články na portálu Dvorek.eu

Novinový článek v pravém slova smyslu spadá do oblasti publicistiky: Dvorek.eu je místem, kde máte možnost vyjádřit především svůj názor ke společenským tématům. Všem příspěvovatelům se tedy otevírá prostor nejen k analýze a hodnocení témat, ale také k užití přesvědčovacích prostředků (snaha o získání čtenáře na svou stranu, apel na veřejnost).

2. Publicistika analytická

Analytická publicistika zařazuje témata do širších souvislostí a táže se na jejich příčiny. Publicistický jazyk je popisnější než jazyk zpravodajský. Takovéto články mají za úkol vzbudit u čtenáře zamyšlení nad komentovanou skutečností. Projevuje se zde již osobní angažovanost autora, který svým myšlenky a argumentaci popisuje již z nějakého názorového úhlu.

Hlavními žánry analytické publicistiky jsou komentář, úvaha, glosa, analytický článek a publicistický rozhovor.

Analytický článek: Stojí na pomezí mezi zpravodajstvím a publicistikou. Jedná se o výklad aspektů určitého problému bez subjektivního závěru. Autorův názor se však projevuje ve způsobu řazení informací.

Úvodník: Typ úvahy, který se vyskytuje na předních stranách periodik, se zabývá významnými událostmi a problémy a zasazuje je do kontextu ostatního dění. Úvodník má za cíl přesvědčit čtenáře o určitém názoru – autorem je většinou šéfredaktor či celá redakce.

Úvaha: Článek, který za pomoci argumentů, podpořených fakty, dokazuje autorův názor. Téma je hlouběji a konzistentněji zkoumáno. Obsahově se zpravidla dělí na úvod (podněcující k úvaze), stať (hodnocení problému) a závěr (vyjádření autorova postoje).

Komentář: Sdělení, které bezprostředně reaguje na zpravodajské informace. Drží se fakt, ale interpretuje je podle názoru autora. Text má volnější a často obrazný jazyk.

Recenze: Cílem je přiblížení, vyvážené hodnocení a hotového díla (knihy, filmu, divadelního představení, koncertu, výstavy výtvarného umění aj.)

¹ Termíny užívané v tomto shrnutí vycházejí z českého prostředí. Jejich překlady mohou mít v jiných zemích trochu odlišný význam. Např. *column* má v anglickém prostředí význam bližší k fejetonu než ke sloupku, který je jeho překladem.

Kritika: Sdělení, které analyzuje a hodnotí umělecké dílo.

Fraška: Vymyšlený příběh anebo dialog, ve kterém se projevují skutečné osoby či skutečné situace, ale kontext a děj jsou smyšlené. Podání je humorné až ironické; nadsázka a výmysly musí být v textu jasně znatelné.

Publicistické interview: Využívá všech typů otázek (otevřené, s odpovědí ano-ne, kontrolní atd.) Na místo otázky může tazatel použít i větu oznamovací, aby tázaného navedl na určitá témata. Publicista navazuje na předchozí výpověď tázaného, takže tento druh interview má píše podobu nezávazného povídání.

3. **Publicistika beletristická**

V beletristické publicistice prezentuje autor informace a své názory pomocí volnější a literárně bohatších textů. Tento styl je vhodný pro prezentaci osobních zážitků a

Fejeton: kratší článek, který vyjadřuje subjektivní názory autora na aktuální kulturní nebo společenské téma, příp. skupinu souvisejících témat. Fejeton se většinou sesoustředění na jeden hlavní fakt, při jehož popisu může být využívána nadsázka i ironie. Fejeton má vygradovanou pointu a tak slouží nejen k informování čtenáře, ale i k pobavení.

Sloupek: Jedná se o krátký novinový článek, který je postaven na vtipném námětu. Jeho cílem je zobecnit až ironizovat dané téma. Podobně jako fejeton, i sloupek se vyznačuje lehkým, hovorovým stylem. Se sloupkem je často ztotožňována tzv. **kurzíva**, která také na malém prostoru volně a vtipně rozebírá autorův postřeh, nápad či myšlenku. Oproti sloupku se kurzíva nezabývá vážnějšími tématy.

Glosa: Krátký postřeh, zamyšlení autora. Oproti sloupku se glosa věnuje jen výseku motivů, které se týkají daného tématu

Reportáž: Popisuje a zobrazuje skutečnost na základě konkrétních faktů, které autor získal účastí na události anebo při jejím pozorování. Reportáž obsahuje prvky zpravodajství i publicistiky. Popisuje dané téma a zároveň poskytuje určité hodnocení; vyjadřuje postoj autora, avšak při zachování objektivity novinářské práce (např. uvedení protichůdných názorů). Reportáž se dále vyznačuje věcností a důrazem na detail, který autora zaujal.

Příběh (story): Svým jazykem a stylem se podobá povídce. Je však kratší a vždy se týká skutečných osob, které zažily skutečné události. Cíl *story* může být představovací, ale také přesvědčovací.

Medailon: Autorský pohled na člověka, jeho dílo, myšlenky a životní osudy. Jedná se o subjektivní až emotivní popis. Oproti tomu je **portrét** neutrální a nezaujatý.

Esej: Oproti rozšířenému pojetí, pocházejícím z anglosaské oblasti, se nejedná o jakýkoli druh písemně zpracované úvahy, ale sdělení, které se novým a neotřelým způsobem snaží podat určitou odbornou anebo filozofickou problematiku.

Zdroje informací:

- *Žurnalistika*, Lynnette Sheriudan Burns. Portál, Praha 2004.
- *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, diplomová práce, Viktor Jílek, 2004. zdroj: <http://zurnalistika.upol.cz/jilek/psana.doc>
- *Novináři nejsou zlí. Mediální rukověť pro neziskové organizace*, Marek Šálek a Tomáš Fořtek. Nadace VIA, Praha 2001.
- *Základy žurnalistiky pro redaktory studentských časopisů*, kolektiv autorů, Nadace Open Society Fund Praha, Praha 2004. <http://www.osf.cz/download/files/publikace.zaklady-zurnalistiky.pdf>
- Wikipedia: www.wikipedia.cz

