

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra bohemistiky

REPORTY NA HUDEBNĚ INFORMAČNÍM SERVERU RAVE.CZ

Bakalářská diplomová práce

Iveta Navrátilová

Česká filologie se zaměřením na editorskou práci ve sdělovacích prostředcích

Vedoucí bakalářské diplomové práce: Mgr. Jindřiška Svobodová, Ph.D.

Olomouc 2011

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne 28. dubna 2011

Za zájem, ochotu, trpělivost, cenné rady a odborné vedení děkuji vedoucí bakalářské práce paní Mgr. Jindřišce Svobodové, Ph.D.

Obsah

Úvod	5
1 Metodologie, zkoumaný materiál, cíle	7
2 Problematika žánrového vymezení	9
2.1 Report	9
2.2 Reportáž.....	11
2.2.1 Reportážní prvky v reportu	13
2.3 Publicistický referát a report	16
2.3.1 Prvky publicistického referátu v reportu	17
2.4 Recenze a kritika	18
2.4.1 Prvky recenze v reportu.....	19
2.5 Proměna žánrů	21
2.6 Report jako hybridní žánr	22
3 Titulky a jiné rámcové složky reportů	24
3.1 Titulky v tištěných médiích a na internetu	24
3.1.1 Funkce a podoba titulku	24
3.1.2 Titulky na internetu.....	26
3.1.3 Zpravodajské a publicistické titulky	27
3.1.4 Titulky statické a dynamické.....	28
3.1.5 Délka titulků	29
3.1.6 Titulky reportů na serveru <i>rave.cz</i>	29
3.2 Lead a perex.....	35
3.2.1 Leady reportů na serveru <i>rave.cz</i>	35
3.3 Mezititulky	38
3.3.1 Mezititulky reportů	38
Závěr	43
Anotace bakalářské práce	45
Použitá literatura	46

Úvod

Výrazu report se pro označení žurnalistického komunikátu v posledních letech užívá velmi často, zejména pak na internetu. Pokládáme si otázku, zda se jedná o nový žánr. Pakliže ano, je tento žánr odbornou veřejností dosud opomíjený, navzdory tomu, že je v praxi stále více využíváný. Právě skutečnost, že v odborné literatuře není reportu jakožto nově vzniklému či vznikajícímu žánru věnována pozornost, se pro nás stala důvodem zabývat se jím důkladněji.

Naším cílem je vymezit report jako samostatný žánr a poukázat na jeho vztah k ostatním, již definovaným žánrům.

S reporty je možné se setkat na internetových stránkách, jejichž zaměření se liší, velmi často však můžeme pozorovat reporty na hudebních informačních serverech. Tématem reportů se na těchto stránkách stává hudební událost – koncert, hudební festival apod. Tato skutečnost nás přiměla nahlížet na report jako na alternativní žánr hudební reportáže.

První část této bakalářské práce je věnována žánrovému vymezení reportu. Pozornost budeme věnovat také žánrům reportáž, publicistický referát a recenze. Budeme vyhledávat shodné znaky vyskytující se jak v těchto tradičních žánrech, tak v reportu a následně je dokládat v ukázkách. Naším cílem je definovat report jako hybridní žánr a určit, jaký je jeho vztah k výše uvedeným žánrům publicistiky.

Jelikož jsou titulky a další rámcové složky textu pro čtenáře klíčové při rozhodování, zda a jaký článek si přečte, věnujeme prostor v druhé části naší bakalářské práce právě jim. Pozornost zaměříme na titulky, leady a mezititulky reportů. Věnovat se budeme také problematice titulků v tištěných médiích a na internetu.

V kapitole věnované titulkům se budeme soustředit na jejich typologii z hlediska vztahu k obsahu celého článku. Kvantitativní analýze podrobíme titulky z hlediska jejich délky a přítomnosti nebo nepřítomnosti slovesa jako dynamizujícího prvku. Všechny pozorované jevy budou ilustrovány ukázkami.

Leady, podobně jako titulky, podrobíme zkoumání z hlediska jejich vztahu k dalšímu textu. Naším záměrem je určit, jaké strategie při psaní leadů autoři reportů volí, aby přiměli čtenáře přečíst si celý text, a zda mají leady povahu uvozovací, shrnující či jinou.

Mezitimulky budeme zkoumat z hlediska jejich vztahu k odstavcům, na jejichž rozhraní stojí. Cílem kvantitativní analýzy mezitimulků bude zmapovat výskyt mezitimulků v textu – jejich množství připadající na jeden report.

Jako zdroj excerpovaného materiálu jsme zvolili hudebně informační server rave.cz. Zkoumány budou komunikáty nesoucí označení report zveřejněné za dobu dvou let, toto množství nám poslouží jak při žánrovém vymezení reportu, kde poslouží jako zdroj ukázek dokládajících přítomnost vybraných jevů, tak v druhé části, kde bude zdrojem pro kvantitativní i kvalitativní analýzy vybraných rámcových složek textu.

1 Metodologie, zkoumaný materiál, cíle

Předmětem této bakalářské diplomové práce jsou reporty na hudebně informačním serveru [rave.cz](http://www.rave.cz)¹.

Rave.cz je podle titulku² těchto webových stránek „hudební server nejen o taneční scéně“. Tento infoservert přináší informace z oblasti kultury, módy, životního stylu a zřetelně se zaměřuje na okruh posluchačů elektronické taneční hudby. Jedná se o zpravodajský server provozující internetovou žurnalistiku. Podle definice internetové žurnalistiky ve Slovníku mediální komunikace (Reifová, 2004, s. 324–326) je možné novinářskou práci na tomto serveru řadit do oblasti poloprofesionální internetové žurnalistiky. Novináři přispívající do tohoto internetového periodika se věnují této práci jako svému koníčku, avšak jsou podporováni zastřešující mediální organizací³.

Server [rave.cz](http://www.rave.cz) pravidelně zveřejňuje rozhovory, PR⁴ materiály umělců a promotérů, fotoreporty⁵, reporty a jiné materiály. Předmětem našeho zkoumání budou právě reporty. Zkoumaný vzorek představují texty zveřejněné na serveru [rave.cz](http://www.rave.cz) s označením „report“ z období od 2. ledna 2008 do 11. prosince 2009 včetně, celkem bude tedy zkoumáno 171 článků.

Cílem této práce bude výše uvedené texty podrobit srovnání s žánry publicistiky, s nimiž report sdílí některé společné vlastnosti. Pokusíme se vymezit tyto společné znaky a stanovit vztah mezi reportem a danými žánry. Naším záměrem je získat charakteristiku reportu jako alternativního žánru hudební reportáže. Server [rave.cz](http://www.rave.cz) v současné době přijímá nové redaktory, jimž však vedení redakce neposkytuje žádnou

¹ Server je dostupný z webových stránek <<http://www.rave.cz/>> [citováno 22. listopadu 2010]

² Pojem titulek je zde chápán jako odborný termín oblasti informatiky a výpočetní techniky. Definice titulku je dostupná například na WWW <<http://www.jakpsatweb.cz/titulek.html>> [citováno 22. listopadu 2010]

³ Mediální organizací provozující server [rave.cz](http://www.rave.cz) je společnost RAVE MEDIA Group s.r.o.

⁴ PR (public relations) je: „většinou nepřekládaný pojem pro systematický styk a komunikaci se širokou veřejností i s různými cílovými skupinami, jejichž smyslem je vytváření a udržování dobrých vztahů, vzájemného porozumění a příznivého klimatu pro dosahování určitých komerčních, nekomerčních a politických cílů jednotlivci, formálními a neformálními skupinami, firmami, institucemi atd.“ (Osvaldová, Halada, 2007, s. 163–164). Podle Ruß-Mohla a Bakičové je takové „bezplatné poskytování informací tou neúčinnější metodou, jak ovlivnit mediální zpravodajství“. (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005, s. 217). Upozorňují také na fakt, že ve většině evropských zemí roste sektor public relations rychleji než žurnalistika.

⁵ Analýze fotoreportů z hlediska splnění požadavků na žánr fotografické reportáže nebude v této práci věnován prostor, jelikož by taková analýza překračovala možnosti této bakalářské práce, a to nejen rozsahem, ale také požadavky na odborné vzdělání v oblasti fotografie.

ucelenou definici reportu ani je neodkazuje na definice jiných, příbuzných žánrů. Právě žánrová nevyhraněnost se často odráží ve výsledné podobě komunikátů.

Porovnání reportů a vybraných existujících žánrů bude probíhat paralelně s kapitolami věnujícími se teoretickému vymezení daných žánrů. Porovnávány budou jednotlivé dílčí vlastnosti pozorované jak v žánrových vymezeních, tak ve zkoumaném materiálu, z něhož budou vybírány ukázky demonstrující přítomnost zvolených jevů v reportech.

Druhá část práce bude věnována titulkům a dalším rámcovým složkám reportů. Zejména titulkům a leadům bude přikládána zvýšená pozornost, jelikož právě tyto části textu hrají hlavní roli ve snaze upoutat čtenářovu pozornost. Tuto funkci titulků pocítujeme jako obzvláště důležitou právě u titulků článků prezentovaných na internetu.

V samostatné podkapitole budou analyzovány titulky, leady a mezititulky reportů. Cílem je předložit ucelenou informaci o titulcích z hlediska jejich délky, struktury, informační nasycenosti a strategie, jak zaujmout čtenáře. Leady budou charakterizovány na základě informací, které v sobě nesou. Zmínka bude věnována také mezititulkům, a to ve smyslu jejich vztahu k ostatnímu textu.

Jako materiál pro analýzu titulků, leadů a mezititulků poslouží tytéž reporty, jež byly zkoumány v části věnované žánrovému vymezení. Získané údaje podrobíme srovnání se současnými žurnalistickými trendy.

Pozn.: Veškeré ukázky budou uváděny v nezměněné podobě bez ohledu na jejich pravopisnou či typografickou správnost.

2 Problematika žánrového vymezení

„Výraz žánr odkazuje v kontextu mediálních studií k ustálenému, opakujícímu se typu či kategorii mediálních produktů vyznačujících se společnými rysy (tematickými, kompozičními či formálními), jako jsou kupříkladu zpráva či špionážní román“ (Burton, Jirák, 1997, s. 160). Žánr je dán souborem jednotlivých prvků, s nimiž je spojován a z nichž se skládá. Neplatí však, že všechny texty daného žánru musí mít zastoupeny všechny prvky. Těmito prvky v různých obměnách a tím, jak jsou vzájemně propojovány, je stanoven žánrový vzorec.

2.1 Report

Texty zkoumané v této práci jsou provozovatelem webu rave.cz souhrnně označovány jako reporty. Při dalším hledání na Internetu jsme se přesvědčili, že rave.cz není zdaleka jediným serverem, který označení „report“ používá⁶. Nabízí se však otázka po významu slova report. Akademický slovník cizích slov (1998) uvádí pod heslem report vedle významu peněžního také význam administrativní zastaralý, a to zpráva, hlášení. Tedy žádný význam spojený s žurnalistickou terminologií. Praktická encyklopedie žurnalistiky (Osvaldová, Halada, 2002) výraz report vůbec neuvádí. Podobné výsledky jsme zaznamenali i při nahlédnutí do jiných žurnalistických příruček a prací zabývajících žurnalistikou, médií, stylistikou i teorií funkčních stylů a žánrů⁷. Při nahlédnutí do cizojazyčných příruček zjistíme, že německá publikace Kleines Journalisten-Lexikon vykládá termín report jako souhrnnou zprávu (nebo referát), jejímž základem je rozsáhlá rešerše (Sonderhüsken, 1991, s. 108), zároveň však uvádí, že toto označení je také možné chápat jako profesionalismus.

⁶ S označením „report“ pro obdobný typ textu se můžeme setkat na serverech poslouvej.net (dostupný na WWW: <<http://www.poslouvej.net/>> [cit. 24. listopadu 2010]), techno.cz (dostupný na WWW: <<http://techno.cz/index.php>> [cit. 24. listopadu 2010]), superbeat.cz (dostupný na WWW: <<http://www.superbeat.cz/>> [citováno 24. listopadu 2010]) a dalších.

⁷ Zmínku o reportu jako žánru publicistického funkčního stylu nenacházíme v publikacích Místríka (1985), Čechové (2003), Jílka (2009) ani v žurnalistických příručkách Ruß-Mohla a Bakičové (2005), Burnsové (2004) a dalších.

Jedinou zmínku o reportu jako o žánru publicistiky jsme zaznamenali v Bartoškově studii, v níž o reportu mluví jako o žurnalistickém ekvivalentu literární povídky. Definiuje jej následovně: „Má formu i obsah delší věcné zprávy, která obsahuje i prvky obraznosti, živý popis lidí, situace, okolností a podmínek, za kterých probíhala popisovaná událost. Má bohatší horizontální členění než ryzí zpráva, užívá také víc popisných a hodnoticích slov – adjektiv, adverbíí, předložek, spojek a sloves – to všechno na úkor substantiv. Ze slohových postupů uplatňuje podobně jako zpráva postup informační a popisný, navíc však i vyprávění a dialog (interview). Od reportáže se report liší vyšší faktografickou nasyceností, uváděním odborných aspektů i tím, že více sleduje jednu věc z více hledisek a událost popisuje jako hotovou“ (Bartošek, 2002 [online]). Takovéto vymezení reportu se však blíží vymezení Mistríkova reportu, o němž bude řeč dále, a nelze jej zcela aplikovat na námi zkoumané komunikáty, ačkoli nesou totéž označení.

Po předchozím zkoumání předložených textů můžeme uvést tyto znaky, které jsou charakteristické pro většinu z nich:

- report pojednává o události, která již proběhla;
- předmětem reportu je hudební událost (festival, koncert apod.);
- autor využívá slohového postupu vyprávěcího, popisného;
- v úvodu textu je použito slohového popisu informačního;
- autor událost hodnotí podle dílčích částí, jež vytváří celkový profil akce;
- hodnocení je čistě subjektivní;
- autor je součástí děje;
- často je zmíněna autorova osobní zkušenost s obdobnými akcemi v minulosti, autor je podrobuje srovnání;
- v závěru zazní komplexní zhodnocení.

Cílem reportu (na serveru rave.cz) je tedy podat čtenáři informace o průběhu hudební události, již se autor sám účastnil, a to nejen za využití popisu děje, prostředí, atmosféry, ale také bezprostředních autorových dojmů, které v něm daná událost zanechala. Důležitým prvkem reportu je hodnocení, které se objevuje jak uvnitř stati textu, tak explicitně v jeho závěru, někdy je hodnocení i součástí prvního odstavce, je-li konkrétní odstavec pojímán jako shrnující.

Na základě výše uvedených charakteristik podrobíme report srovnání se třemi žánry publicistiky, jejichž vybrané znaky můžeme zaznamenat také v reportu. Těmito žánry jsou: reportáž, publicistický referát a recenze.

2.2 Reportáž

Myšlenka, že report je vlastně reportáž se samozřejmě nabízí. Je velice pravděpodobné, že na počátku reportu⁸ stála právě reportáž a pro psaní reportu platily stejné zásady, jako pro psaní reportáže. Ostatně i etymologie obou slov je na první pohled zřejmá. Osvaldová v úvodu článku Reportáž a reportéři píše: „Slovo reportáž etymologicky pochází z francouzského výrazu „reportare“ přinášet, ve významu přinášet informaci.“ (Osvaldová, 2010, s. 5). Tatáž autorka spolu s N. Dolanskou v Praktické encyklopedii žurnalistiky poukazuje na původ slova z latinského „reporto“ zprávu přinést, hlásiti, francouzského „reportage“ rozvinutí zprávy, ale také anglického „report“ zpráva (Osvaldová, Halada, 2002, s. 154–155). „U zrodu reportáže stála lidská zvědavost, snaha vědět, získat původní a zajímavou informaci,“ píše Štorkán v kapitole věnované reportáži (1980, s. 285).

Reportáž je ovšem žánr poměrně náročný na zpracování. Ruß-Mohl v úvodu kapitoly věnované reportáži cituje Michaela Hallera⁹: „Většina autorů učebnic ... si vylámala zuby, protože bezpodmínečně chtěli představit nějakou ucelenou a všeobecně platnou definici. Chtěli začínajícím novinářům jednou provždy říci, co je reportáž, místo toho, aby řekli, že reportáž stojí s tématem, s událostí a obsahem, s tím, co a jak utváří informace a zážitky, komu a jak je dění zprostředkováváno, prostě jak se dá za určitým cílem zhodnotit.“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005, s. 56).

Definice a pohled na reportáž jako publicistický žánr se u jednotlivých autorů liší. Nejednotnost panuje mezi autory také v otázce, do které dílčí oblasti publicistiky reportáž zařadit. Obecně ale reportáž stojí na pomezí dílčí oblasti zpravodajské a beletrizující.

⁸ Budeme-li za počátek reportu považovat první report uveřejněný na serveru rave.cz (vzhledem k tomu, že všechny z námi zkoumaných reportů pochází tohoto zdroje, nebudeme brát v potaz texty uveřejněné jinde), získáme datum 5. 12. 1998. Devadesátá léta se celkově dají považovat za počátek pronikání elektronické taneční hudby na naše území.

⁹ Michael Haller je německý žurnalista a vědec zabývající se médií, je profesorem Všeobecné a speciální žurnalistiky v Institutu pro komunikační a mediální studia univerzity v Lipsku.

Mistrík hovoří o reportáži jako o žánru stojícím nejbližší fejetonu, rozdíl spatřuje ve větší míře fotografičnosti na straně reportáže a také v nižším stupni subjektivity. Subjektivitu ovšem zcela nevylučuje, vliv autora hodnotí jako nejsilnější při výběru faktů a prvků, které do reportáže vkládá, tedy jako vliv nepřímý. Přímo se autor projevuje prezentováním vlastního postoje a názoru (Mistrík, 1985, s. 476–477).

Bečka o reportáži píše: „Postup reportážní vnáší do projevu nový prvek: zpravodaj (reportér) se odebírá na místo, kde by mohl získat informace vhodné pro reportáž. Získané informace pak sděluje buď přímo jako očitý svědek, nebo vyhledá informátora věci dobře znalého“ (Bečka, 1992, s. 374).

Čechová zdůrazňuje přímou účast autora reportáže na reportované události, reportáž je podle ní svědectví, autor popisuje fakta, k nimž vyjadřuje i svůj osobní postoj (Čechová, 2003, s. 277). Podobně hovoří o reportáži i Hrabák, a to jako o zprávě očitého svědka, jehož vztah k námětu a postřeh se projevují při výběru faktů i při jejich jazykovém ztvárnění (Hrabák, Štěpánek, 1987, s. 176).

O výběru prvků začleněných do reportáže se Jílek vyjadřuje takto: „Na rozdíl od zpravodajských sdělení, která jsou ve vztahu k události, faktu komplexní, v případě reportáže nejsou zaznamenávána všechna fakta, nýbrž pouze ta, která autora zaujala, která považuje za podstatná, zajímavá, což nemusí odpovídat jejich skutečné relevanci“ (Jílek, 2009, s. 101). Z použitých slohových postupů Jílek uvádí subjektivizovaný statický i dějový popis a informační postup, nevylučuje náznaky vyprávění. Reportáž dělí na dva typy podle popisované skutečnosti: statickou, která popisuje prostředí, a dynamickou, která popisuje děj (Jílek, 2009, s. 101–102). Z užitých slohových postupů autoři uvádějí popisný, informační a vyprávěcí.

Současný stav reportáže

Novotný upozorňuje na skutečnost, že v evropských kompendiích se od přelomu tisíciletí přestává o reportáži mluvit. Jako příklad uvádí Literární slovník vydaný v Paříži v roce 2002, v němž není pro reportáž vymezen prostor jakožto pro samostatné heslo (Novotný, 2010, s. 23).

Jílek pozoruje, že označení reportáž se v současné žurnalistické praxi používá nesprávně: „Ve většině případů je vztaženo ke sdělením, která jsou publicistickými referáty či reporty, proto také reportáž bývá považována za součást dílčí oblasti zpravodajské, byť je připouštěna její subjektivita. Jde však o označení na úrovni

profesionalismu. Skutečnost ovšem v dnešní situaci, kdy dochází k míšení textových vzorců, textových modelů, což se týká zejména zpravodajství, je, že dochází ke kombinaci segmentů reportáže a reportu, případně publicistického referátu“ (Jílek, 2009, s. 101).

O prolínání žánrů hovoří také Ruß-Mohl: „Tak jako se v „klasické“ zpravodajské a deníkové žurnalistice prosadil princip oddělování zpráv od komentářů, který našel svůj obraz v odděleném vytváření a prezentaci textů, tak jiné formy žurnalistiky jsou založeny na mísení forem a žánrů. (...) Informování o pozadí událostí a komentování se velmi často navzájem prolínají. Ale prolínat se mohou i reportáž, interview a komentář“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005, s. 64).

2.2.1 Reportážní prvky v reportu

Na základě předchozího zkoumání zvolených reportů můžeme konstatovat, že report se v mnoha aspektech shoduje s definicemi reportáže. Vybrané jevy budeme demonstrovat na ukázkách.

Report, stejně jako reportáž, je přímým svědectvím účastníka události. Někteří autoři hovoří také o možnosti získání informací od bezprostředního svědka (Čechová, 2003, s. 265). S takovýmto přístupem jsme se však ve zkoumaných materiálech nesečkali. Přímou účast můžeme evidovat ve všech ukázkách, za všechny poslouží následující příklad z 2. prosince 2009:

„Začátek představení je uveden na 19h a když počítám s ukončením živé produkce ve 22h, vychází mi, že se musí začít hrát prakticky ihned po otevření klubu, a proto spěchám, abych nezmeškal nic z programu. Jaké je však mé překvapení, když okolo čtvrt na osm je v podniku pramálo lidí a od slečny šatnářky dostávám lístek s pořadovým číslem 22. Tištěný program se koupit nedá, musím vycházet pouze z toho, co jsem si přečetl na internetu. Usedám do lože za zvukařem, odkud mám na pódium skvělý výhled a divadelní bar na dosah. Okolo půl osmé se na stage teprve začne nosit technika, můj časový plán dostává povážlivou trhlinu.“

Ze slohových postupů přisuzovaných reportáži můžeme ve zkoumaných reportech najít popisný, a to popis dějový i statický, viz ukázkou využití statického popisu prostředí z 31. 7. 2009:

„Než se však budeme věnovat samotné hudbě, nemohu si odpustit bližší komentář k samotnému prostředí festivalu, který se odehrává na březích roztomilých rybníčků s kachnami a husami, v údolí obklopeném lesy. Chybět proto nemůže snová stage s písečnou pláží (pro tentokrát vyvedená do podoby obřího dortu), protikladem jí je ultraluxusní housová scéna s bazénkem plným cachtajících se slečen (pohled pro bohy). A další infrastruktura? Obrovské množství jídla a pití (neviděl jsem, že by někde něco došlo), koktejlové bary, dvě prodejny merchandisingu, tradiční a přitom geniální lockerboxy, rozsáhlá lékařská pohotovost, poštovna (pohled domů zdarma!), relaxační zóna s vířivkami (včetně hostesek ... ano, hostesek v plavkách), fata morgana v podobě sněhového údolí v režii Red Bull a Samsung Mobile: slečny sjíždějící zasněžený kopec na nafukovacích krokodýlech a podobně.“

Dějový popis reprezentuje ukázka ze 17. března 2009:

„S jeho nástupem se stage zdatelně rozsvítila. Zvuk světlo následoval a také navíc podstatně přitvrdil. Témata projekcí opustila zemi a na parket se jako písek začínají sypat ostré hitky a beaty v předtuše ničím nerušených tříhodinových radovánek. Efektované kybernetické hlasy stupňují mocné dynamické gradace, které pak skrze breakdowny opět ustupují skvělým okamžikům ticha, ale spolu dohromady ústí v neskutečný nátěr. Přesto se Slater místy obrací i ke svému charakteristickému electro zvuku. Dává vlastní hitovku She Showed Me Heaven, která se však opět brzy ztratí v proudu hutného techna, často zdecimovaného masivní filtráží.“

Specifickou součástí popisů v reportech na serveru rave.cz, respektive popisů konkrétních hudebních vystoupení je jmenování odehraných skladeb. Pro čtenáře, který se daného koncertu nebo vystoupení například v rámci hudebního festivalu neúčastnil, má uvedení názvů vybraných písní významný přínos. Takto stavěný report je pro zasvěceného čtenáře mnohem zajímavější než pouhý popis, byť sebelépe napsaný. Na autora reportu jsou v takovémto případě kladeny velké nároky, co se hudebních znalostí týče. Reporty od autora vystupujícího pod přezdívkou Paya se vyznačují hojným zapojováním názvů odehraných písní do textu. V jeho případě se nejedná o pouhé fádání vyjmenovávání, nýbrž uvedené písně vždy ilustrují atmosféru, o které píše. Ukázka z Payova reportu ze 13. března 2009:

„Celkem povedené intro uvedlo Paula van Dyka a následoval opět Simon Patterson - Thump. Podobný úvod jako o týden dříve v Dresden dovršil track Wippenberg - Chakalaka. Celkově samozřejmě zaznělo hned několik skladeb stejných jako v drážďanském Washroomu, například již ve třetině utrechtského setu onen dosud

neidentifikovaný track s parádním zpěvem Johnnyho McDaida z formace Vega 4. Ruce celého davu zvednul singl *The Other Side* a Dykův set pokračoval i nadále nezvykle - poměrně měkce.“

Jílek (2009, s. 101) připouští využití vyprávění, Čechová (2003, s. 227, 231) hovoří o tzv. beletrizované reportáži. Reporty vyprávěcího postupu využívají poměrně často, zvolená ukázka je z reportu vydaného 22. května 2009:

„Ještě před koncertem jsme se rozhodli zajít posilnit se pivem do přílehlé restaurace a jaké bylo naše překvapení, když jsme zjistili, že skupina sedí hned vedle nás a doprovází si poměrně opulentní večeři. Výhodné také bylo, že jsme skupinu mohli pozorovat a odebrat se do klubu za krátko po ní, takže jsme si byli jisti, že nám nic neuteče. Přesto však jsme stihli ještě další dvě piva vypít, než skupina konečně začala.

To už odbila jedenáctá hodina večerní a řada lidí vypadala, že se jí už chce odejít pryč. Naštěstí se však vedle roztácejícího dýdžeje Ghandiho, který do té doby hrál, postavil izraelský člen skupiny Oren a bylo jasné, že už se konečně schyluje k začátku.“

Jílek o beletrizaci reportáže píše: „Reportáž používá i další příznakové jazykové prostředky a literární postupy, jakými jsou figury, tropy, ale také umělecké vybočení od faktu aj.“ (Jílek, 2009, s. 101). Se znaky beletrizace se můžeme setkat také v reportech, první ukázka je z 26. listopadu 2008:

„Hudbu jsem v její pestrosti přirovnal ke květině, hudba je hlavně univerzální jazyk, srozumitelný po celém světě. Jen s ní a do široka otevřeným srdcem se domluvíte opravdu všude. Nebojte se v hudbě slova experiment nebo alternativa. V žádném případě není synonymem nesrozumitelnosti nebo složitosti. To spíše bych tipoval na pravdivost a upřímnost. Další New New! je za námi, už asi nepůsobí tak nově, už možná nechutná tak novátorsky dráždivě.“

Ukázka prvků beletrizace z 21. října 2008: *„Mojí rozmrzelost z podivného průběhu akce rozptýlilo až druhý den překrásné podzimní Brno, které v závoji slunečních paprsků vypadalo neodolatelně. A tak jsem si ještě před odjezdem do Prahy nemohl nechat ujít příjemnou vycházku na Petrov.“*

Dalším z rysů reportáže je přímý vliv autora na výběr zaznamenávaných informací. Takovéto vybírání je nejzřetelnější v případě reportů z hudebních festivalů, kde se paralelně odehrává více vystoupení na různých scénách, je zřejmé, že autor nemůže být na několika místech současně a musí se rozhodnout, pro dění na které scéně se rozhodne, tento výběr pak prezentuje i v reportu, mnohdy i s pohnutkami, které ho k takové volbě vedly, viz ukázku s datem 7. května 2009:

„Podobně výborně nastoupil i ATB, a to novým remixem své klasiky 9PM (Till I Come). Zbytek jeho hraní však byl nezajímavý. André sice mnohé dokáže dohnat svými gesty, publikum si získat zkrátka umí, nás však nezaujal, a proto jsme utekli na hardcore. (...) Poslechli jsme si Alphaverb, Dutch Master, 2-Sidez Live a začátek DJ Mystery. Zastavili jsme se také na technu, kde hrál Umek a Josh Wink, stejně jako nad ránem Brachiale Musikgestalter a Milk & Sugar (zastihli jsme je v momentě, kdy zrovna hráli profláknutou pecku Silence). Na hlavní scéně jsme zaskočili na živé vystoupení Tomcraft & Luetzenkirchen a byli jsme svědky závěru hraní Svena Vätha. Utíkali jsme však především na tiskovou konferenci, které se kromě DJs (WestBam, ATB, Fedde Le Grand, Turntablerocker) účastnil také šéf MayDaye Nicolaus Schaer a autor line-upu Oliver Vordemvenne.“

2.3 Publicistický referát a report

U jednotlivých autorů se můžeme setkat s vymezeními žánrů referát, publicistický referát a report.

Bečka hovoří o referátu jako o souhrnné zprávě o průběhu a výsledcích vědecké, kulturní nebo politické akce (Bečka, 1992, s. 373). Tato zpráva mívá v závěru celkové hodnocení. Pod tento termín zahrnuje také referát ve smyslu souhrnné zprávy o činnosti závodu organizace apod., tento význam však není pro naše účely podstatný, ponecháme jej tedy stranou.

Referát mezi zpravodajskými žánry zmiňuje i Mistrík, podobně jako Bečka hovoří o referátu v jeho administrativní podobě (Mistrík, 1985, s. 472). Dále ovšem Mistrík pro referát zavádí synonymní termín report. Takto pojmenovaný žánr definuje následovně: „Původní formou reportu je svědecká výpověď, zpráva očitého svědka o události. Dnes má report formu delší věcné zprávy, která obsahuje také prvky obraznosti, živý popis lidí, situace, okolností, podmínek, za kterých popisovaná událost proběhla.“ (Mistrík, 1985, s. 470). Report srovnává s reportáží a konstatuje, že událost je v reportu nahlížena z různých úhlů pohledu, jako skončená, zatímco reportáž sleduje událost v pohybu, zaznamenává její vývoj a je dynamičtější. Report je podle Mistríka také více nasycen fakty, pro jeho blízkost k naučným textům. Jílek o reportu píše: „Report v Mistríkově vymezení vyhovuje současným trendům žurnalistické praxe, a to

zejména v požadavku na živé, bezprostřední informování o události, včetně užití odpovídajících prostředků aktualizace, dynamizace, interpretací a hodnocení události, okolností atd. (...) Charakteristickým rysem je menší faktografičnost oproti publicistickému referátu, o faktech se nehovoří vyváženě, rovnoměrně, zvýrazňovány jsou zajímavé aspekty“ (Jílek, 2009, s. 75–76).

U Bartoška se můžeme setkat se žánrem, který nazývá report. Tento žánr se v Bartoškově charakteristice v mnohém shoduje s Mistríkovým riportem. Bartošek tento žánr přirovnává k literární povídce. Report pokládá za žurnalistický ekvivalent povídky pro jeho sklon k beletrizaci, prvky obraznosti, živé popisy a užití vyprávění (Bartošek, 2002).

Čechová hovoří o publicistickém referátu, který definuje jako útvar na pomezí zpravodajské a analytické oblasti, jehož cílem je úplné přiblížení skutečnosti, o které informuje (Čechová, 2003, s. 227). Textový vzorec vymezuje následovně: „Po základních údajích o předmětu komunikace přistupuje komunikant k vystižení celé události, včetně jejího významu a přínosu“ (Čechová, 2003, s. 227).

2.3.1 Prvky publicistického referátu v reportu

Jedním z nejvýraznějších znaků, který report a Publicistický referát (potažmo riport podle Mistríka) spojuje, je informativnost. Report nejenže pojednává průběhu a významu události, jíž je věnován, ale také přináší informace o události jako takové, představuje ji v kontextu jiných podobných akcí, informuje o pořadatelích, dává nahlédnout do její historie a představuje vystupující.

Příkladem reportu, který podává vyčerpávající informaci o události, je text s datem 24. června 2009, v němž je představován španělský multižánrový festival Sónar. Z tohoto reportu předkládáme ukázkou:

„Pro ty, kteří o Sónaru dosud nic neslyšeli, stručné shrnutí. Program je rozdělen do tří dnů, jednoho večera a dvou nocí. Denní část se odehrává převážně v areálu muzea moderního umění MACBA v centru Barcelony, večerní koncert bývá v sále L'Auditori a noční parties pravidelně hostí výstavní park Fira. Ve dne se hraje na pěti pódíích. Centrální Sonar Village je pod širým nebem, zbývající bud' za muzejními zdmi, pod zemí nebo stanovou celtou. Denní Sónar má široké, žánrové rozpětí, několik výstav, workshopy, tiskové konference a celé patro patří veletrhu labelů či firem. Koncerty v L'Auditori jsou výjimečnými projekty, často kombinují současnou elektroniku s

klasickou hudbou. Noci v halách Fira tepou rytmem hudby nejlepších tvůrců, či interpretů elektronické taneční hudby celé planety.“

Z další ukázky je patrná snaha o představení hudební skupiny, jejímuž koncertu je věnován report (2. ledna 2008). Jsou zde předkládány informace jak o skupině, tak o její roli na evropské hudební scéně, jejím přínosu a reputaci.

„Digitalism byli několikrát prohlášeni za nové Daft Punk, za ty, co opět dokázali obrátit pozornost lidí na Francii, a vůbec napomohli k nové podobě vlny zvané French Touch. Spolu s křižáky Justice, kluky ze Simian Mobile Disco, Boys Noize a dalšími více či méně známými producenty neodmyslitelně patří k celému tomu šílenému hnutí, jehož jméno je spoustou lidí zatracováno, jiní si na něj zase nenechají házet hnůj. Každopádně je to perfektní alternativa ke všem ostatním trendům posledních dvou/tří let, jakými jsou trance, hard techno, či minimal.“

Pro publicistický referát podle Mistríkova vymezení je charakteristický živý popis situace, přítomnost takových popisů v námi analyzovaných reportech dokládá ukázka z 16. července 2008:

„Od jihozápadu se blýská tmavé nebe. A za patnáct minut je po zábavě. Hustý déšť a nečekaně zákeřný boční vítr roznesou naděje, že jde o přeháňku. Odpojena elektrika, vzduchem létají tyče od stanů, padají ploty a z techno šapitó jsou lidé hnáni z bezpečnostních důvodů ven do bouřky. Kupuji od překupníka pláštěnku za stokorunu. Roztrhne se už při oblékání, ale posloužila k udržení pocitu sucha a bezpečí při sprintu po louce. V letištní budově mají levnou whisky a snímky z meteorologického satelitu, který věští, že to nejhorší je za námi.“

2.4 Recenze a kritika

Recenze i kritika jsou žánry funkční oblasti publicistické v užším slova smyslu (analytické). Ač jsou recenze a kritika mnohdy v médiích nevhodně zaměřovány, jedná se o dva žánry, které se vzájemně liší.

Slovo recenze pochází z latinského *re-censeo*, což znamená přehlížet, posuzovat, uvažovat. Recenze má za cíl představit hotové, publikované¹⁰ autorské dílo v jeho

¹⁰ „Někdy se recenzent ne zcela přesně zaměřuje za lektora, jehož posláním je poskytovat připomínky ještě před dokončením, resp. zveřejněním autorského díla“ (Osvaldová, Halada, 1999, s. 150).

hlavních rysech a přinést jeho hodnocení (Osvaldová, Halada, 1999, s. 150). Zároveň podává informace o autorovi a jeho další tvorbě (Jílek, 2009, s. 93).

Jílek si všímá kompoziční výstavby recenze a uvádí, že je dána povahou díla, kterého se týká. Základní textový vzorec má podle něj však ustálenou podobu: „Úvod náleží vždy informacím o uměleckém díle, uvádí, o jaké dílo jde, kdo je jeho autorem“ (Jílek, 2009, s. 93). Stať je věnována hodnocení díla, které může být komplexní, je-li dílo sledováno po všech jeho jednotlivých složkách, nebo si autor z těchto složek může vybírat. Závěr je věnován souhrnnému hodnocení. Ze slohových postupů recenze využívá postupu úvahového, výkladového a popisného. Součástí komerční recenze může být graficky vyjádřené hodnocení, například v podobě hvězdiček nebo bodování.

Definice kritiky se v mnoha ohledech shoduje s definicí recenze. Rozdíl spočívá v rozdílném uchopení hodnoceného díla – nepředstavuje čtenářům ani jeho autora, ani dílo samotné, ovšem může dílo uvádět do životopisných, společenských nebo uměleckých souvislostí (Osvaldová, Halada, 1999, s. 95). Jílek podotýká, že z obsahového hlediska je žádoucí omezení hloubky analytického náhledu. Zároveň však dodává: „Ovšem vzhledem k cílům kritik by nemělo být důsledkem vytváření interpretativních textů, hodnotících dominantně pocitově, bez věcné argumentace“ (Jílek, 2009, s. 94).

2.4.1 Prvky recenze v reportu

Budeme-li hudební akce, jakými jsou festival, klubová nebo halová party, považovat za alternativu ke koncertu, jež je v definicích recenze a kritiky pokládán za autorské dílo (vedle knihy, divadelního představení, výstavy, filmu a dalších), můžeme report podrobit srovnání s těmito žánry.

Z výše uvedených definic recenze a kritiky usuzujeme, že report v sobě nese více vybraných prvků recenze nežli kritiky. Na rozdíl od kritiky můžeme v každém z analyzovaných reportů zaznamenat pasáž, v níž je představena hudební skupina, hudební producent, DJ, zpěvák apod. (analogicky k výrazu umělec v definicích recenze).

Vzhledem ke skutečnosti, že většina reportů nepojednává o akci, na níž se prezentuje jen jediný umělec, nýbrž o akcích skládajících se z vystoupení mnoha interpretů¹¹, můžeme na hodnotící pasáži uvnitř reportu nahlížet jako na dílčí recenze jednotlivých vystoupení v rámci celé hudební události. Tyto hodnotící úseky se v reportu prolínají s popisem události a jejího průběhu.

Také forma reportu je částečně přejatá z recenze – po představení díla a jeho autora, čemuž v reportu odpovídá představení samotné akce a vystupujících interpretů, přichází hodnocení díla (vystoupení). Také závěrečné shrnující hodnocení je charakteristické jak pro recenzi, tak pro report. Ze slohových postupů přejímá report především postup úvahový, což dokladují následující ukázky

Ukázka z reportu s datem 3. listopadu 2008:

„Na druhou stranu HH naladění Lucerny výborně zapracovalo co se návštěvnosti týče. Otázkou ovšem je, zda mi vřící dav nepřišel stádovitý vskutku právem. Konec vystoupení hlavní star totiž potvrdil původní předpoklad o síle "hip hopové masírky", když to většina publika suverénně zabalila a šla domů, ač navazující Quime nehrál nijak špatně. Pravda, já sice také prchl, ale jen z pouhého zklamání.“

Ukázka z 21. října 2008: *„To vše mě jen utvrdilo v přesvědčení, že Yoji naprosto neměl tušení, kam a pro jaké publikum přijel zahrát. Což samozřejmě není zcela jeho chyba. Zde padá vina hlavně na pořadatele, který si musí sakra dobře rozmyslet, kam chce svojí akci směřovat. Ať si každý poslouchá a paří na co chce. To je jeho svaté právo a já bych si nedovolil ho nikomu upírat. Proč však musela padnout za oběť hardtrancovým trendům nejslavnější česká techno značka historie, to mi totálně uniká. Yoji svým vystoupením degradoval Orion Hall na úroveň současných různobarevných komerčních "senzací".“*

Grafické hodnocení je v případě reportů pojato jako vypsání plusů a mínusů celé akce. Většinou je řazeno za závěrečným zhodnocením, toto hodnocení rekapituluje kladné a záporné postřehy z reportované události v bodech, viz ukázku z 21. srpna 2008:

¹¹ Největší množství vystupujících můžeme pozorovat na letních hudebních festivalech, které jsou mnohdy několikadenní, a hudební produkce probíhá na několika scénách. Množství vystupujících skupin, DJů a live projektů se tak pohybuje v řádech desítek, na velkých zahraničních festivalech typu německé Nature One dokonce v řádech stovek protagonistů.

„+ vylepšení všech pódíí po zvukové i vizuální stránce
+ bezproblémové zajištění akce i přes nepřízeň počasí
+ pestrý hudební výběr
+ Streo MCs a řada dalších vystoupení nabitých energií
+ systém vracení použitých obalů
+ velký výběr jídla, pití a občůdků

- Sollary
- počasí
- akreditace“

2.5 Proměna žánrů

„Diskuse o žánrové skladbě nastává vždy znovu se vznikem dalšího média. Objeví se pochybnosti, zda ony tzv. klasické žánry zůstanou stejné, nebo se nějak promění v důsledku jiných forem žurnalistické práce a jiných forem šíření“ (Osvaldová, 2009, s. 105).

Je zřejmé, že se žánry mění jak s dobou, v níž texty vznikají, tak s médiem, které text zprostředkovává čtenáři. Internet umožňuje publikovat svobodně a bez omezení i lidem bez žurnalistického či lingvistického vzdělání, vznikají tak texty, jež jen stěží odpovídají jakýmkoli žánrovým normám.

Javůrek hovoří o skutečnosti, že spousta čtenářů na internetu pouze „skimuje“ (přelétává text očima), to nutí autory textů upravovat jejich formu tak, aby skimující čtenář snadno našel stěžejní pasáže textu, jež obsahují klíčové informace (Javůrek, 2008, s. 41–43).

Osvaldová říká, že dochází k ovlivňování žánrů ostatních médií médiem vizuálním, což je nejpatrnější právě na internetu (Osvaldová, 2009, s. 110).

Jílek hovoří o prolínání funkčních stylů, jeho příčinu nachází ve skutečnosti, že řada textů nemá primárně původ v oblasti publicistické, ale jsou převzaty nebo upraveny. Druhým důvodem je podle Jílka pragmatické užití postupů a prostředků se záměrem optimalizovat naplnění sdělného cíle (Jílek, 2009, s. 55).

Osvaldová podotýká, že zatímco se v předchozím období dbalo na žánrový purismus, v poslední dekádě se objevují takzvané hybridní žánry, vznikající křížením dvou žánrů nebo „nečisté“ s původem ve více různých žánrech. O přetrvávajících tradičních žánrech Osvaldová píše: „Potvrzuje se teze, že bez větších problémů přetrvávají a vyvíjej se ty druhy, které mají volnější pravidla, schopná se přizpůsobit a

reagovat na požadavky spojené s vývojem médií nebo s očekáváním recipientů“ (Osvaldová, 2009, s. 110). Dovolujeme si podotknout, že tato teze nápadně připomíná Darwinovu teorii evoluce.

2.6 Report jako hybridní žánr

Zjištěné poznatky o reportáži, publicistickém referátu a recenzi a jejich vztahu k reportu využijeme k vymezení reportu jako samostatně stojícího žánru.

Již víme, že report nese znaky všech tří výše uvedených již definovaných žánrů. Z reportáže přejímá především myšlenku o výpovědi přímého účastníka události, zprostředkování jeho dojmů a pocitů. Dále report přejímá využití informačního, popisného slohového postupu a vyprávění. Budeme-li se přiklánět k zařazení reportáže do dílčí oblasti beletrizující, jak uvádějí někteří autoři, získá i report svůj podíl existence uvnitř této oblasti.

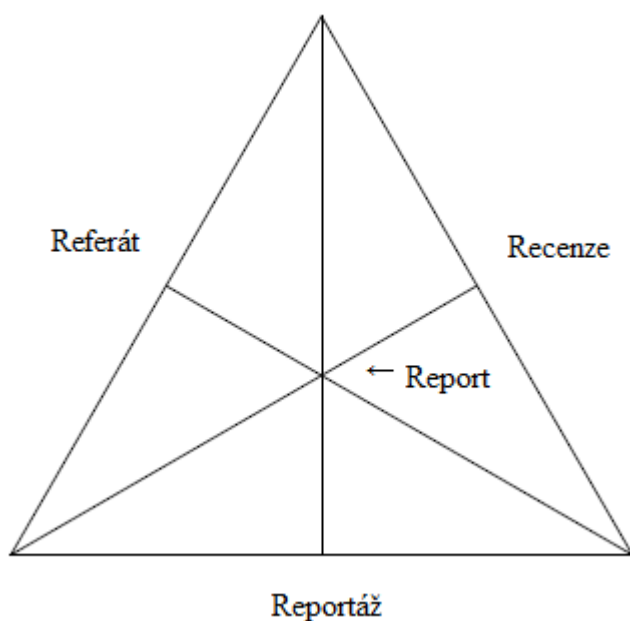
Z publicistického referátu report přejímá především snahu informovat o události a jejích okolnostech, pozadí a významu, přinášet vlastní interpretace, živě a poutavě popisovat prostředí i průběh události. Kromě výše uvedených postupů, které jsou společné pro reportáž i referát, přejímá report od referátu navíc slohový postup výkladový. Také forma je podobná – po informacích o události a jejím přínosu přichází její popis. Publicistický referát je součástí dílčí oblasti zpravodajské, tím pádem můžeme na její hranici řadit také report.

Podíl recenze na výstavbě reportu spatřujeme jako nejsilnější v předkládání subjektivního hodnocení události. Zřetelná je také podobná forma – informace o události jsou následovány jednak jejím popisem (v intencích reportu), ale také hodnotícími pasážemi. Taktéž závěrečné komplexní zhodnocení je společné recenzi i reportu. Z recenze přejímá report přesah také do dílčí oblasti analytické.

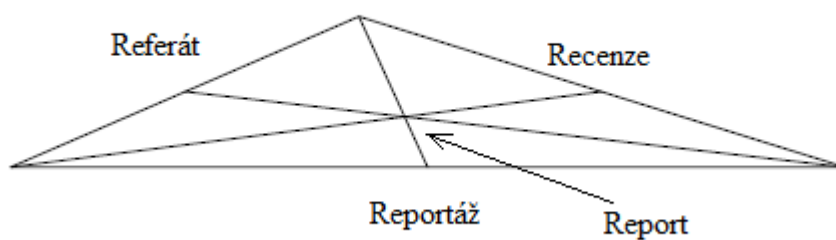
Takto definovaný žánr můžeme znázornit jednoduchým schématem, viz níže. Schématem je trojúhelník, každá z jeho stran představuje jeden ze žánrů, na jejichž pomezí report stojí. Uprostřed – v těžišti trojúhelníka leží report.

V ideálním případě – jsou-li prvky reportážní, referátové i recenzní, v rovnováze, odpovídá schéma rovnostrannému trojúhelníku, tento ideální stav nemá předpoklad k reálné existenci v praxi, o tom píše i Osvaldová: „... Tím se ovšem často dostávala do problémů, protože některé znaky se překrývaly, kromě toho v praxi se

konečná podoba často od ideální velmi lišila a liší“ (Osvaldová, 2009, s. 109). Bude-li tedy podíl některých znaků vyšší, promítne se tato skutečnost také do schématu – strana daného žánru bude delší a tím pádem se těžiště posune blíže k ní.



Obrázek č. 1: Schéma reportu jako hybridního žánru nesoucího znaky reportáže, referátu a recenze. Ideální stav – prvky dílčích žánrů jsou v rovnováze.



Obrázek č. 2: Schéma reportu jako hybridního žánru nesoucího znaky reportáže, referátu a recenze. Zde převažují reportážní prvky, prvky recenze jsou zastoupeny nejméně.

3 Titulky a jiné rámcové složky reportů

3.1 Titulky v tištěných médiích a na internetu

Stejně jako v tištěných periodikách (novinách, časopisech) jsou i na internetových zpravodajských a informačních serverech neopomenutelnou součástí každého textu jeho graficky (typem, velikostí nebo stylem písma) zvýrazněné složky. Podle Čechové jimi mohou být titulky, nadtitulky, podtitulky nebo celé titulkové komplexy, dále mohou být zvýrazněny první odstavce, event. začleněny mezititulky (Čechová, 2003, s. 231).

Slovo titulek pochází z latinského *titulus* = nápis, nadpis. Podle Praktické encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace je to „nadpis a u většiny tiskovin i hlavní poutač, který svým ztvárněním a umístěním zásadně ovlivňuje působení tiskoviny“ (Osvaldová, Halada, 2007, s. 219).

3.1.1 Funkce a podoba titulku

Titulek je první (a mnohdy také poslední – nesplní-li svoji funkci zaujmout, viz dále) složkou článku, s níž se čtenář dostane do kontaktu. Je třeba mít na paměti, že na rozdíl od tištěných médií, kde je na stránce otištěn celý text (případně jeho část s odkazem na pokračování uvnitř listu), se čtenář na úvodní straně internetového periodika setká pouze s náhledem článku, který se mnohdy sestává pouze z titulku. V jiných případech je součástí náhledu také fotografie a první odstavec, nebo alespoň jeho část. Titulek tak získává novou funkci, je zároveň hypertextovým odkazem, jakýmsi pomyslným „tlačítkem“, které musí potenciální čtenář stisknout, aby mohl vidět celý článek. Hlavní funkce titulku – vzbudit čtenářův zájem o text – je zde tedy ještě posílena. Čtenářův zájem musí být tak silný, aby měl důvod text nejprve otevřít a teprve pak začít číst.

V případě, že titulek tuto funkci nesplní (není dostatečně výrazný nebo není pro čtenáře dostatečně zajímavý), čtenář svoji pozornost přesouvá jinam – k dalším titulkům, respektive článkům. Z celého článku je tedy jedinou skutečně čtenou částí

právě titulek, zbytek textu zůstane bez povšimnutí. Burnsová o titulcích říká: „Titulek upoutává pozornost čtenářů, dobrý titulek budí zvědavost“ (Burnsová, 2004, s. 140).

O funkci titulků ve své studii zajímavě pojednává Shatury: „ První a zároveň nejdůležitější funkcí – specifickou funkcí pro nadpisy a nápisy všeho druhu – je upoutat pozornost čtenáře. Titulky upoutávají nezáměrnou pozornost čtenáře umístěním, tvarem, velikostí a dalšími viditelnými grafickými vlastnostmi, zároveň obsahem slovního oznámení mohou čtenářovu nezáměrnou pozornost přeměnit na záměrnou“ (Shatury, 1999, s. 79).

V návaznosti na Shaturyho poznámku o upoutání nezáměrné pozornosti čtenáře je nutné upozornit na další odlišnost mezi grafikou tištěných a internetových médií. Internetová média totiž pracují s grafickým uspořádáním stránek jinak než tištěná. Vzhled a grafické uspořádání tištěného periodika jsou definitivně stanoveny uzávěrkou a fixovány tiskem. Dále se jejich podoba v rámci jednoho vydání nemění. Uspořádání stránek on-line zpravodajského serveru má svou grafickou podobu taktéž stanovenou, a to pro delší časové období. Je dána jakási šablona, jejíž proporce jsou stejné, jen se mění obsah, který je do ní vkládán. Obsahem, který se v čase mění, jsou mінěny jednotlivé články a jejich umístění v rámci hlavní strany a rovněž uvnitř rubrik. Pozice zveřejněných příspěvků na hlavní straně se mění několikrát denně, a to v závislosti na množství nových příspěvků, jejich aktuálnosti a zajímavosti, případně na míře aktualizací daného textu. Starší příspěvky jsou odsouvány na okrajové části hlavní strany a jsou nahrazovány novinkami. Jiné texty jsou aktualizovány a opětovně se vracejí na atraktivnější pozice. V závislosti na tom se mění i grafické zvýraznění titulku¹², přítomnost nebo nepřítomnost fotografie a leadu. Navíc jsou pak vedle sebe přítomny články s různými daty vydání, nejen ty z daného dne.

Z výše uvedeného vyplývá, že role grafického zvýraznění titulku je na internetu do určité míry potlačena, na rozdíl od novin, kde se v rámci strany pracuje s několika různými velikostmi, někdy i typy a řezy písma.

¹² Grafickým zvýrazněním titulku článku na internetovém serveru se ve většině případů rozumí jeho velikost. Internetová periodika zpravidla nepracují s barvou, stylem ani typem písma. Ty zůstávají jednotné, co se mění, je velikost písma titulku a umístění náhledu v závislosti na aktuální důležitosti daného příspěvku, tím pádem také na jeho umístění v rámci strany.

Jednou z funkcí titulku je tedy získat čtenářovu pozornost. Děje se tak za využití jazykových i nejazykových prostředků, jak bylo uvedeno výše.

Další, neméně důležitou funkcí titulku je předat čtenáři alespoň základní informace (informaci o obsahu), jinými slovy říct „o čem článek je“. Tato funkce jde ruku v ruce s cílem zaujmout čtenáře, to ovšem neznamená, že dobře napsaný titulek z hlediska naplnění informativní funkce musí bezpodmínečně přimět recipienta k dalšímu čtení. Základní informace obsažená v titulku je totiž pro určitou část příjemců naprosto dostačující. Mlčoch konstatuje, že „čtenář dnes potřebuje často nejdůležitější události pouze zaznamenat, titulek je pak nositelem informace, plní funkci informativní¹³“ (Mlčoch, 1999, s. 8).

3.1.2 Titulky na internetu

Publikování žurnalistických textů prostřednictvím internetu do jisté míry mění standardní postupy běžné pro tištěná média. To platí také o titulcích. Javůrek a podobě titulků na internetu píše: „... kreativita se v psaní titulků příliš necení. Suché, informativní a v podstatě nudné a neoriginální titulky jsou obvykle to nejlepší, co můžete pro svůj článek udělat“ (Javůrek, 2008, s. 43).

Důvodem, proč jsou jednoduché informativní titulky na internetu funkčnější, je, že takovéto titulky obsahují většinou všechna hlavní klíčová slova. To má velký význam při použití vyhledávačů, jako jsou google.com nebo yahoo.com. Čím více klíčových slov titulek obsahuje, tím výhodnější pozici bude mít ve výčtu nalezených stránek při případném vyhledávání informací k danému tématu. Navíc čtenáři přicházející z jiných stránek na server, na němž je článek umístěn, vidí většinou jen titulek bez leadu a doprovodné fotografie – titulek musí obsahovat základní informace, aby mohl čtenáře zaujmout.

¹³ Mlčoch vymezuje následující funkce titulků: „a) zaujmout čtenáře, upoutat jeho pozornost, b) orientace v textu, c) funkce informativní, d) funkce agitační, e) je součástí grafické úpravy novin“ (Mlčoch, 1999, s. 7–8).

3.1.3 Zpravodajské a publicistické titulky

„Žurnalistická teorie dříve rozlišovala titulky zpravodajské, hodnotící (komentující) a beletristické¹⁴, novější literatura uvádí titulky zpravodajské a publicistické.“ (Mlčoch, 1999, s. 10). S rozdělením titulků na zpravodajské a publicistické se můžeme setkat například u Čechové (2003, s. 232–233), Bartoška (1997, s. 62–65).

Bartošek mapuje vývoj titulků v čase a uvádí, že v sedmdesátých letech byl trend psát titulky stručné a neúplné, aby přiměly příjemce přečíst si celý text. V devadesátých letech se podle Bartoška charakter titulků změnil, vzrostla, mimo jiné, jejich poutací funkce (Bartošek, 1997, s. 62).

Mistrík upozorňuje na zřetelně se prosazující tendenci obsáhnout v titulku podstatu celého zpravodajského sdělení (Mistrík, 1985, s. 318), zatímco Čechová rozlišuje dvě strategie utváření zpravodajského titulku. Pro první z nich je příznačná tendence v titulku (případně v titulku v kombinaci s nadtitulkem nebo podtitulkem) obsáhnout co největší množství informací, jedná se o titulky obsahující resumé následujícího textu. Čechová k tomu dodává: „Zpravodajské titulky jsou převážně obsahově vyčerpávající, nasycené informacemi a často titulek spolu s podtitulkem sdělují podstatu celého zpravodajského textu¹⁵“ (Čechová, 2003, s. 232). Druhý typ podle Čechové volí opačnou taktiku, a to nepodat úplné informace a svojí nedopovězeností přimět čtenáře k přečtení celého titulku, jedná se o tzv. titulky s částečnou informací. Tyto titulky se zpravidla vyskytují samostatně bez nadtitulků a podtitulků. Z tohoto dělení je patrné, že v případě prvního typu je primární funkce informativní, kdežto u druhého typu stojí na prvním místě cíl apelovat na čtenářovu pozornost.

Čechová zjišťuje, že v tisku převažují titulky víceslovné nad dvouslovnými a víceslovnými. Ubývá titulků heslovitých a titulků stylizovaných jako větné ekvivalenty, vzrůstá obliba užívání rozvitých vět dvojčlenných a celých souvětí.

¹⁴ Povšimněme si přímé návaznosti na teorii funkčních stylů.

¹⁵ Srovnej s Mistríkovým postřehem, viz výše.

Publicistické titulky se na rozdíl od těch zpravodajských v minulém období tak zásadně nezměnily, jak konstatuje i Bartošek (1997, s. 65). Oproti titulcům zpravodajským jsou kratší, převažují v nich jmenné konstrukce nad větnými. Typickým rysem je jejich obraznost, Čechová se zmiňuje o výrazové originalitě titulků: „Zvláště titulky s metaforičností výrazu, s obrazností vyjádření a titulky využívající různě modifikovaných frazémů, bývají stylově aktivní, výraznější“ (Čechová, 2003, s. 233).

Z hlediska modality jsou podle Bartoška čteně využívány zvolací, výzvodé a tázací věty, Čechová shledává častými výpovědi oznamovací a tázací, výzvodé a zvolací jsou podle ní řidší. Jako projev tendence k intertextovosti publicistického stylu vyhodnocuje Čechová hojně využívání citací a parafrází jiných původců textu.

Hranice mezi zpravodajskými a publicistickými titulky

V současné době, kdy dochází k prolínání žánrů, a to i napříč jednotlivými dílčími oblastmi publicistického stylu, můžeme téměř s jistotou předpokládat, že bude docházet také k mísení jednotlivých druhů titulků. Naše teze se shoduje s Mlčochovým postřehem: „Je zřejmé, že i ve zpravodajských titulcích se užívají obrazná vyjádření, frazeologismy. Důležitá je rovněž skutečnost, že dnes dochází k ‚mísení žánrů‘ a hranice mezi článkem či titulcem zpravodajským a publicistickým nelze jednoznačně vymezit“ (Mlčoch, 1999, s. 10).

3.1.4 Titulky statické a dynamické

Dělení titulků na statické a dynamické je jednou ze základních kategorizací. Je dáno přítomností nebo absencí slovesa v určitém tvaru. Současný trend zpravodajských titulků psát titulky obsahující větnou konstrukci nahrává předpokladu, že preferovány jsou titulky dynamické. S titulky statickými se v současném tisku setkáváme řidčeji, ale stále je možné je nalézt, častěji ovšem u publicistických textů. V tomto ohledu lze zaznamenat také určitý vývoj za posledních několik desetiletí, Čechová o užívání slovesa v titulku píše: „Slovesa se dříve často vynechávala, protože jejich role je tranzitní – jsou mostem mezi výrazy substantivními a jejich absence základnímu porozumění zpravidla nebrání“ (Čechová, 2003, s. 232). Dynamičnost titulku ovšem nemusí zajišťovat výhradně sloveso, Mistrík uvádí, že jako další dynamizující

prostředky lze využít deverbativního substantivum, problém nebo neukončené sdělení (Mistrík, 1968, s. 55). Statický charakter má podle Mistríka konstatování stavu, oznámení o konečném stavu věci.

3.1.5 Délka titulků

Délka titulků, jak bylo uvedeno výše, přímo souvisí s jejich obsažností. S tendencí po co nejvyšší míře informativnosti titulku jde ruku v ruce nárůst jeho délky. Bartošek v roce 1995 analyzoval délku titulků v denících Mladá fronta DNES a Právo, průměrná hodnota byla přibližně šest slov na jeden titulek (Bartošek, 1997, s. 62–63); nejkratší titulek měl tehdy dvě slova, nejdelší 14 slov. Ze syntaktického hlediska převažovaly jednoduché dvojčlenné věty.

3.1.6 Titulky reportů na serveru rave.cz

V této části práce se budeme věnovat analýze titulků reportů. Zkoumaný vzorek bude představovat celkem 169 titulků textů zveřejněných na serveru rave.cz s označením report za dobu dvou let, tedy z období od 2. ledna 2008 do 11. prosince 2009 včetně¹⁶. Pokusíme se vymezit základní charakteristiky titulků reportů, analyzovat je z hlediska délky, obsahové nasycenosti, statičnosti a dynamičnosti a poukázat na jejich specifika.

Délka titulků

Z hlediska délky se titulky reportů nijak výrazně neliší od novinových zpravodajských titulků, viz výše. Průměrný počet slov titulku reportu je 5,8 slova. Právě titulky o šesti slovech byly zastoupeny nejčastěji, a to 49 krát (ze 169 celkem), tvořily

¹⁶ Ve zmiňovaném období bylo v rubrice Reporty na serveru rave.cz zveřejněno celkem 171 textů, dva z nich však byly z našeho zkoumaného vzorku vyloučeny, jelikož neodpovídaly charakteristikám reportu. Zásadně porušovaly jednu ze základních charakteristik reportu – pojednávaly o budoucí události, byly tedy spíše oznámeními. Pravděpodobně došlo v redakci k chybnému zařazení materiálu.

tedy téměř 30 % všech titulků. Hojně byly taktéž zastoupeny titulky kratší: ty v délce pěti slov 38 krát, čtyřslovné 27 krát. To vypovídá o tendenci psát spíše titulky kratší. Z delších titulků byly výrazněji zastoupeny titulky nejvýše o délce sedmi slov, a to 26 krát. Výskyt delších titulků byl zanedbatelný.

Nejkratší zaznamenaný titulek se skládal z pouhých dvou slov: *Senzační BlackArena* (17. července 2008), ačkoli jeho rozsah měl za následek menší srozumitelnost. Slovo BlackArena vzniklo spojením názvu akce, o níž report je, Black a místa konání, jímž byla Amsterdam Arena, v médiích často prezentovaná pouze jako Arena. Tento titulek mohl lépe fungovat jako trojslovný. Další nedostatek spatřujeme v nízké vypovídací hodnotě titulku. Po přečtení článku se dozvídáme, že report pojednává nejen o akci Black, o níž je zmínka v titulku, nýbrž i o jiné akci, Dance Valley. Potenciálního čtenáře, který by se zajímal o druhou zmiňovanou událost, jíž je report věnován, nemůže takovýto titulek přimět k přečtení celého textu.

Nejdelší titulky ze zkoumaného vzorku obsahovaly dvanáct slov, nalezeny byly celkem tři: *Semtex v Brně - This is the end! ...my only friend... the end!* (8. září 2008), *Makoto & MC Deeizm v Roxy - Se vši úctou, byli jste skvělí!* (22. dubna 2009) a *WWW, Peťo Tázok, Vladimír 518, Hugo Toxxx v Roxy - Bigg Boss styl s datem 29. května 2009*. První z titulků má podobu pro reporty typickou – v první části je uveden název akce, o které je v reportu řeč, druhou část tvoří samotné jádro titulku, v němž je naznačeno směřování následujícího reportu, v tomto případě se jedná o citaci části hudebního textu¹⁷. Druhý titulek se také skládá ze dvou částí – první označuje interprety, o jejichž koncertu report pojednává, ve druhé části je vyjádřen postoj autora. Délka třetího titulku je dána kompletním výčtem vystupujících interpretů v rámci jedné hudební události (křtu nově vydaného alba a doprovodného koncertu v klubu Roxy) v první části titulku, druhá část je opět věnována vystižení myšlenky celého textu.

Kompletní výsledky analýzy délky titulků jsou uvedeny v tabulce.

¹⁷ Jedná se o text skupiny The Doors – The End.

Počet slov v titulku	Počet zaznamenaných titulků	Podíl v %
2	1	0,6
3	7	4,1
4	27	16
5	38	22,5
6	49	28,9
7	26	15,4
8	10	5,9
9	5	3
10	3	1,8
11	0	0
12	3	1,8
Celkem	169	100

Tabulka č. 1: Délka titulků

Statické a dynamické titulky na serveru rave.cz

Ačkoli jsou v současném tisku jednoznačně preferovány titulky dynamické, titulky reportů na serveru rave.cz vykazují opačné charakteristiky. Z naší analýzy jednoznačně vyplývá, že autoři reportů preferují titulky statické – těch jsme napočítali 121 ze 169 celkových, což představuje 71,6 % ze všech zkoumaných titulků. Zastoupení dynamických titulků je podstatně slabší, pouhých 48 zaznamenaných výskytů čili 28,4 %. V rámci titulků dynamických můžeme ještě rozlišovat titulky dynamizované za použití verba finita, takových byla většina – 37 titulků. Dále byly nalezeny 3 titulky dynamizované prostřednictvím neukončeného sdělení, příkladem může být titulek ze 7. května 2008: *Electronic Connection –jen ty lidi...* Dalším uplatněným způsobem dynamizace titulku bylo využití otázky, a to v 8 případech, příkladem může být titulek z 21. února 2008: *Tančivali Datarock se svými otci?*

Podoba titulků na serveru rave.cz

Titulky na serveru rave.cz mají specifickou strukturu. Většina z námi analyzovaných titulků se skládá ze dvou částí: v první části titulku je explicitně vyjádřeno, o jaké akci nebo o vystoupení jakého umělce bude report pojednávat. Teprve

druhá část titulku o reportované události něco vypovídá, naznačuje, o čem bude v reportu řeč.

Tyto dvě části titulku bývají zpravidla odděleny dvojtečkou, v některých případech pomlčkou. O dvojtečce jako o oblíbeném nástroji formulování titulku se zmiňuje i Schneiderová (2008, s. 12–13).

Druhá část titulku, tedy ta za dvojtečkou (pomlčkou), může nést různé informace ve vztahu k textu uvnitř článku.

U titulků můžeme pozorovat určité postupy a formy, jak jsou vytvářeny a jaký zaujmají vztah k vlastnímu textu. Předkládáme typologii titulků podle jejich vztahu k následujícímu textu:

- **Titulky shrnující**

Tento typ titulků je jedním z nečastěji užívaných. V titulku je vedle uvedení, o jaké události report pojednává, nastíněno vyznění celého reportu.

11. března 2008: „*Sperm festival – solidní porce netradiční zábavy*“

15. července 2008: „*Creamfields: Velká malá domácí pohroma*“

23. prosince 2008: „*Armin na Pure – šestihodinová tranceová jízda*“

- **Titulky hodnotící**

Z tohoto typu titulků je na první pohled zřejmé hodnocení autora článku, víme tedy, zda report vyzní kladně či záporně.

13. srpna 2008: „*Nudná Street, skvělá Energy*“

19. března 2009: „*Na N.O.H.A slyšíme rádi!*“

- **Titulky vyzvedávající jednoho umělce**

Velmi často titulek reportu vyzvedává jednoho vystupujícího umělce nad ostatní. Z titulku tak jasně vyplývá, které části celé reportované akce bude věnován největší prostor uvnitř reportu.

5. května 2008: „*Mayday 2008? Paul van Dyk!*“

25. června 2008: „*Josh Wink v Mecce – vyšší stav vědomí*“

25. září 2008: „*Mini & Maly – dechberoucí Dubfire*“

- **Titulky vyzvedávající jeden aspekt celé události**

Kromě vyzvednutí vystoupení jednoho interpreta (viz výše) je možné akcentovat jeden dílčí prvek celé reportované události, může to být prostředí, atmosféra, organizace, hlavní myšlenka akce nebo cokoli, co autor článku pokládá za klíčové.

13. června 2008: „*Global Gathering Poland – utopeni v prachu*“

17. března 2009: „*Full Moon: Tentokrát dominoval trance*“

- **Titulky parafrázující**

Častým způsobem, jak lze ozvláštnit nebo aktualizovat titulek, je využit parafrázi ve smyslu volného pojetí a zpracování známé předlohy. Parafrázován může být například název akce, o níž report pojednává, v uvedených ukázkách za využití českého překladu anglického názvu hudebního festivalu:

1. srpna 2008: „*Tomorrowland – mysteriózní svět zítřka*“

7. května 2009: „*MayDay 2009: drsný májový den*“

V jiných případech může být využita parafráze jiného známého díla, takovéto titulky si kladou za cíl zaujmout čtenáře originalitou. V následující ukázce parafráze názvu filmu *Čtyři vraždy stačí, drahoušku*.

3. července 2008: „*House Wars - do jedné ráno stačí, drahoušku*“

- **Titulky citující**

Někdy jsou v titulcích citovány písňové texty nebo jejich názvy. Může se jednat o text skladby, která měla v reportovaném hudebním vystoupení zvláštní ohlas a autor považuje za vhodné skladbu takto vyzvednout.

Jindy může obsah písňového textu korespondovat s obsahem reportu – v ukázce je uvedena citace textu ze skladby, kterou interpret během svého vystoupení odehrál, zároveň však tato věta vystihuje myšlenku celého reportu, věta v českém překladu zní: „To je to, proč jste sem přišli“ – autorka v článku píše o tom, že hosté, kteří na koncert přišli, dostali to, co chtěli. Takováto parafráze je však čitelná pouze pro člověka, který je tématu znalý.

3. června 2009: „*Citadela: This is chat you came here for!*“

- **Titulky ve formě otázky**

Titulek může mít podobu řečnické otázky, odpověď na tuto otázku může autor uvést v následující řečnické odpovědi v rámci titulku, jindy odpověď vyplývá z textu reportu.

22. ledna 2008: „*E-motion? Tranceová ikona!*“

26. února 2008: „*Apokalypsa: Karneval? Nejen pro děti :-)*“

24. června 2008: „*Urban Art Forms – festival tohoto léta?*“

Z uvedených typů titulků jsou nečetněji zastoupeny titulky shrnující, tvoří téměř jednu třetinu všech zkoumaných titulků, to vypovídá o tendenci obsáhnout v titulku co nejvíce informací. Titulek, v němž je vyzvednut jeden umělec, respektive jeho vystoupení, je silně ovlivněn autorovým subjektivním pohledem, možná právě proto je mezi autory reportů tolik oblíbený. Dalším výrazně zastoupeným typem titulků jsou titulky hodnotící, tento typ titulku umožňuje čtenáři na první pohled vidět, zda recenzní linie reportu vyzní pozitivně či negativně. Pro kompletní výsledky analýzy viz tabulku.

Typ titulku	Celkový počet	Podíl v %
Titulky shrnující	56	33,1
Titulky vyzvedávající jednoho umělce	28	16,6
Titulky hodnotící	22	13
Titulky vyzvedávající jeden aspekt	20	11,8
Titulky parafrázující	19	11,3
Titulky citující	13	7,7
Titulky ve formě otázky	11	6,5
Celkem	169	100

Tabulka č. 2.: Zastoupení jednotlivých typů titulků

3.2 Lead a perex

Kromě titulku může být graficky odlišen také první odstavec. Minářová (1991) hovoří o jeho zvýraznění jako o charakteristickém rysu tektoniky některých zpravodajských a publicistických textů., je-li toto zdůraznění zamýšleno již při samotném koncipování textu. Tím nemíní pouhé redakční zvýraznění za využití odlišného typu či řezu písma, řádkování apod., nýbrž požaduje, aby byl takovýto úvodní odstavec výsledkem intence autora textu (Minářová, 1991, s. 59). Nabízí se dva termíny pro označení takto odlišeného úvodního odstavce lead a perex. Mistrík předkládá následující definici: „Slovo *lead* znamená vést, být v čele, vepředu, být úvodem. Je to tedy úvodní odstavec vlastního textu. Autorem leadu je sám původce sdělení. Slovo *perex* znamená vyjmout a vést přes celou šířku. Perex je tedy vyňatý obsah následně vysázený přes celý text, přes celou šířku. Autorem perexu je redakce novin“ (Mistrík, 1968, s. 59–60). Perex od titulku můžeme odlišit také podle toho, že součástí perexu jsou údaje o původu informací nebo datum.

3.2.1 Leady reportů na serveru rave.cz

V případě reportů na serveru rave.cz nejsou první odstavce nijak graficky odlišeny od ostatního textu. O jejich zvýraznění můžeme hovořit pouze v náhledu článku v rubrice reporty (potažmo v jejím archivu) a na hlavní stránce, je-li článek umístěn na pozici, u níž se první odstavec zobrazuje. Přesto je z jejich koncepce zřejmé, že autor předpokládá jakési výsadní postavení tohoto odstavce a tak jej i sestavuje. Na základě toho usuzujeme, že se v případě reportů jedná o leady, ač jejich zvýraznění neodpovídá definicím platným pro tradiční tištěná média. Dalším důvodem, proč se přikláníme k označení lead, je skutečnost, že server rave.cz prakticky postrádá redakci v pravém slova smyslu – texty obdržené od redaktorů většinou neprocházejí žádnými dalšími úpravami (korektorskými ani editorskými), což se mnohdy neblaze promítne do jejich kvality.

Typy leadů

Lead je podle Mistríkovy definice úvodním odstavcem celého článku. Autor však může úvod uchopit různými způsoby.

Po předchozím zkoumání jsme zjistili, že u leadů námi zkoumaných reportů se opakují určité znaky nebo postupy. Rozhodli jsme se tedy vymezit několik typů leadů, které zde spolu s ukázkami předkládáme.

- **Lead představující reportovanou událost**

25. července 2008: *„Love Parade. Fenomén. Kult. Legenda. Každému clubberovi nebo svátečnímu příznivci je jasné, co znamená Loveparade. Poznání tohoto symbolu není vymezeno jenom na elektronické obci, jelikož tenhle pojem s velkým P je znám i široké veřejnosti.“*

- **Lead zaměřený na autora reportu**

23. července 2009: *„Minulý týden jsem se vrátil z maďarského čtyřdenního festivalu elektronické hudby Balaton Sound. Byla to výprava do zoufalé země po socialistických stopách našich otců nebo kvalitní mejdan západního ražení? Čtete v reportu.“*

10. července 2008: *„Když jsem na mé obvyklé odpolední projížďce na kole narazila na plakát s Michaelem Burianem na koupališti v Trnávce, myslela jsem si, že je to snad omyl. Co by právě Michael dělal v těchto končinách? A tak jsem se rozhodla, že si tuhle malou akcičku omrknu.“*

- **Lead představující interpreta**

18. června 2009: *„Je skutečně až s podivem, že je to právě tento Američan narozený v Německu, který tak fascinuje domácí trancové publikum, až zastihuje úspěch Velké trojky. Po dvou letech se Markus Schulz znovu představil domácím fanouškům v klubu a opět zaznamenal obrovské ovace.“*

- **Lead s cílem zaujmout výrazovou originalitou**

13. listopadu 2009 *„Guten tag! My pšijeli to Brna slyšet, trinken und tančit. My být s DDR. Dojč muzik, ja? Unglaublich-neufješitelné! Hypše nacht fe Fléda.“*

2. června 2009: *„Dámy a pánové, zaujměte prosím pohodlnou taneční pozici, zhluboka se nadechněte a připravte se na zcela ojedinělý hudební zážitek, na který budete vzpomínat ještě dlouho. Začínáme za 5, 4, 3, 2...“*

- **Lead vyzývající k přečtení reportu**

28. června 2009: „*Domácí kapela Sunshine vydala nové telepatické album a rozjela se na turné po českých zemích. Přijela i do Brna. Pojdme nahlédnout do tajemného čtvrtečního večera na Flédě.*“

4. srpna 2008: „*Moravská metropole hostila v první srpnový den party Recapitulation. V Boby Centru se sešli všichni poctiví bojovníci za techno, aby si užili skvělou hudební noc a zrekapitulovali to nejlepší, čím kdy Apokalypsa rozvířila dění na české taneční scéně. Chceš-li vědět jak bylo, neváhej, klikěj a čti...*“

- **Lead shrnující průběh reportované události**

6. listopadu 2009: „*Label Vandit se po čtyřech letech vrátil do Columbiyahalle v sousedství berlínského letiště Tempelhof. Paul van Dyk podal nezvykle technoidní výkon, parádní trance servíroval Giuseppe Ottaviani. Na party se v dobrém světle představili i američtí trance DJs Filo & Peri.*“

- **Lead hodnotící reportovanou událost**

29. října 2009: „*Společnost United Music přestěhovala svou sérii Pure z prostor holešovického klubu SaSaZu do malé holešovické sportovní haly. A bylo to stěhování povedené! Armin van Buuren dorazil zpět do Prahy po 10 měsících a vytvořil nejlepší party atmosféru posledních měsíců.*“

V leadech reportů jednoznačně dominuje tendence informovat o události, jíž je report věnován, o tom hovoří i dominantní zastoupení (27,2 %). Je to jeden z nejpřirozenějších typů úvodů spolu s leadem, který představuje jednoho z vystupujících interpretů. V leadech se také silně projevuje autorský subjekt, nejčastěji je v leadu objasněno, jaký důvod vedl autora k absolvování dané události a jaký pro něj měla přínos. Hodnocení je v leadech značně potlačeno, leady s explicitně vyjádřeným hodnocením byly zastoupeny jen z 9 %.

Je zřejmé, že jednotlivé typy se mohou vzájemně prolínat a doplňovat, viz například ukázkou z 23. července 2009 výše, v níž se kombinuje tendence vztahovat úvod k osobě autora (poukazovat na jeho zkušenost) a explicitně vyjádřená výzva k přečtení celého článku. Leady byly posuzovány podle dominujícího rysu a takto byly také zaznamenávány číselné údaje v tabulce.

Typ leadu	Počet leadů	Poměr v %
Lead představující událost	46	27,2
Lead zaměřený na autora	32	18,9
Lead představující interpreta	23	13,5
Lead výrazově originální	19	11,2
Lead vyzývající k přečtení	18	10,7
Lead shrnující	16	9,5
Lead hodnotící	15	9
Celkem	169	100

Tabulka č. 3: Zastoupení jednotlivých typů leadů

3.3 Mezititulky

Užívání mezeitulků v článcích publikovaných na internetu hodnotí Osvaldová (2009, s. 108–109) jako přizpůsobení formy stylu a komfortu čtení z obrazovky. Podobně hovoří také Javůrek, který v kontextu usnadnění čtení (skimování – rychlé letmé přelétávání obrazovky očima) hovoří o nutnosti správného užívání odstavců a mezeitulků. Ty mají za úkol umožnit skimujícímu čtenáři, aby rychle a snadno našel stěžejní části textu, které ho zajímají (Javůrek, 2008, s. 43).

3.3.1 Mezititulky reportů

Mezeitulky hrají významnou roli při výstavbě textu prezentovaného prostřednictvím internetu, což platí také o reportech na serveru rave.cz.

Reporty jsme podrobili analýze zaměřené na výskyt mezeitulků v textu a na jejich počet. Tato analýza jednoznačně potvrzuje, že mezeitulky jsou významným prvkem tektoniky reportu podobně jako titulek a lead.

Průměrná hodnota je 3,9 mezeitulku na jeden článek. Reporty se třemi mezeitulky byly zaznamenány nejčastěji, a to 47 krát ze 169 celkem zkoumaných textů, což odpovídá 27,8 %. Významněji byly zastoupeny také reporty se čtyřmi (34 krát), dvěma (29 krát) a pěti mezeitulky (27 krát). Čtyři reporty z analyzovaného vzorku byly bez mezeitulků. Deset mezeitulků na jeden report byl rekordní počet zaznamenaný u

jediného textu. Byl jím report pojednávající o dvou velkých hudebních událostech, jichž se autor reportu zúčastnil bezprostředně po sobě, dva potenciální reporty tak spojil v jeden (13. srpna 2008).

Počet mezititulků v jednom článku je ovlivněn jeho délkou. Do určité míry lze za faktor ovlivňující množství užitých mezititulků považovat počet odstavců v textu. Neplatí ovšem, že počet odstavců se rovná počtu užitých mezititulků, protože jednomu tématu je v mnoha případech věnováno více odstavců, jeden mezititulek se tak vztahuje k více odstavcům.

Počet mezititulků na jeden report	Počet reportů	Zastoupení v %
0	4	2,4
2	29	17,1
3	47	27,8
4	34	20,1
5	27	15,9
6	18	10,7
7	3	1,8
8	3	1,8
9	3	1,8
10	1	0,6
Celkem	169	100

Tabulka č. 3: Počet mezititulků na jeden report

Typy mezititulků

Podobně jako v případě titulků a leadů můžeme pozorovat určité opakující se postupy a formy také u mezititulků:

- **Mezititulky vztahující se k vystoupení jednoho umělce**

Mezititulky jsou nejčastěji strukturovány podle line-upu¹⁸, často je jeden odstavec reportu věnován právě jednomu vystoupení v rámci celé hudební akce.

¹⁸ Line-up je časové rozvržení jednotlivých umělců v rámci jedné akce.

Tak se přímo nabízí možnost uvést každý další odstavec tak, že je v něm explicitně uvedeno jméno interpreta.

11. června 2009: „*Prydz zklamáním*“ a „*Showman Ingrosso*“

- **Mezitulky vztahující se k jednomu aspektu události**

Často mezititulek upozorňuje na jednu vlastnost události, kterou není hudební vystoupení. Těmito vlastnostmi může být organizace akce, prostředí, vizuální stránka akce apod.

11. prosince 2009: „*Špunty vždy s sebou*“

26. září 2008: „*Zvládnutá organizace*“

- **Mezitulky shrnující**

Pojednává-li odstavec (nebo více odstavců) o více prvcích reportované události, může být mezititulek formulován jako stručný souhrn toho, o čem se v daném úseku textu píše. Následující příklad shrnuje ve dvou slovech vystoupení několika DJů hrajících styl psytrance.

31. července 2009: „*Psytrancové veličiny*“

- **Parafrázující mezitulky**

Podobně jako v případě titulků je častým předmětem parafráze samotný název akce, známé dílo nebo citát apod.

15. července 2008: „*Den druhý: Jedno pole se šlehačkou prosím*“ a „*Noc a ráno: Bez šlehačky, úsměv v důlku*“ („Šlehačková pole“ je doslovný český překlad anglického názvu letního hudebního festivalu Creamfields.)

25. září 2008: „*Přišel, zhypnotizoval, utančil, zvítězil*“

15. července 2009 : „*VIP nebo PIVO?*“

- **Mezitulky ve formě otázky**

Otázka je oblíbeným způsobem, jak psát mezitulky. Otázka je zpravidla zodpovězena v následujícím odstavci. Otázka může být jak zjišťovací, tak doplňovací.

21. května 2009: „*Nový klub v Brně?*“

12. září 2008: „*Co zkritizovat?*“

23. července 2009: „*Kdy přijde vrchol?*“ a „*Proč to nejde?*“

- **Cizojazyčné mezititulky**

Nejčastěji jsou cizojazyčně psané mezititulky v angličtině, obecně jsou tyto mezititulky snadno přeložitelné. Nevšední je využití němčiny, někdy jsou cizojazyčné titulky komoleny s češtinou, viz ukázkou.

13. listopadu 2009 „Elektra oder Magion?“ a „Gestern není dnes, katze není pes.“ (Mezititulky jsou z reportu, jehož název je také v němčině – Elektra NDR Edition – Der große Freitag.)

- **Mezititulky ve formě přímé řeči**

Tento typ mezititulků má podobu přímé řeči, často je její součástí oslovení potenciálního partnera dialogu. Tím je většinou vystupující interpret, k němuž autor reportu ve fiktivním dialogu „promlouvá“. Tento postup je projevem aktualizace, oslovení má za úkol explicitně jmenovat umělce, o němž bude v následujícím textu řeč.

13. srpna 2008: „*Steve, asi tě vůbec nepustím*“

20. srpna 2008: „*Disko? Per to do mě, Rexi!*“

- **Mezititulky hodnotící**

V mezititulku je mnohdy naznačena hodnotící linie následujícího úseku textu, z mezititulku je tak patrné, zda hodnocení vyzní kladně či záporně. Toto hodnocení je uvnitř textu rozvinuto.

17. března 2009: „*Slovák Pico zahrál výborně*“

- **Mezititulky odkazují na výstavbu reportu**

Členění textu na úvod, stať a závěr se nejčastěji odráží v posledním odstavci, který je velmi často uveden mezititulkem pracujícím se slovem závěr, a to nejčastěji v instrumentálu. Explicitně je tak vyjádřeno, že je poslední odstavec pojat jako závěrečný, shrnující, ukončující, ovšem o vyznění závěrečného shrnutí takový mezititulek nic nevyovídá, taková formulace mezititulku nenes žádnou informaci ani není pro čtenáře zajímavá.

30. října 2009: „*Co říct závěrem...*“

28. května 2009: „*Pár slov na závěr.*“

3. ledna 2008: „*Úvodem*“, „*Středem*“, „*Vrcholem*“, „*Závěrem*“

Nejsilnější zastoupení mezi mezititulky reportů mají ty, jež se vztahují k vystoupení jednoho umělce, uvozují odstavec o daném vystoupení. tento typ titulků je následován

mezititulky vztahujícím se k nějakému sekundárnímu rysu události (jinému než hudba). V meztitulcích se silně projevuje potřeba autora zdůraznit některé informace obsažené v reportu. Výsledky analýzy jsou zaznamenány v tabulce.

Typ meztitulků	Počet	Podíl v %
Meztitulky vztahující se k vystoupení jednoho umělce	151	22,9
Meztitulky vztahující se k jednomu aspektu události	123	18,7
Meztitulky shrnující	90	13,7
Meztitulky parafrázující	77	11,7
Meztitulky ve formě otázky	61	9,3
Cizojazyčné meztitulky	48	7,2
Meztitulky ve formě přímé řeči	48	7,2
Hodnotící meztitulky	38	5,8
Meztitulky odkazující na výstavbu textu	23	3,5
Celkem	659	100

Tabulka č. 5: Zastoupení jednotlivých typů meztitulků

Charakteristickou skupinu tvoří titulky, které spolu vzájemně korespondují, takovýchto meztitulků jsme mezi excerpovanými texty napočítali šestnáct, přesto, že je jejich výskyt řídký, považujeme za vhodné zmínit jejich existenci.

- **Navazující meztitulky**

Meztitulky, které spolu vzájemně korespondují, mají stejnou formu, na venek je zřejmé, že patří k jednomu textu a mají ryze estetický charakter. Když se navíc autorovi podaří takto do zajímavě pojatých titulků vložit informace o odstavcích, jež meztitulky uvozují, můžeme hovořit o dobře promyšlené struktuře meztitulků.

22. července 2009: „*Fabric? Super!*“ a „*A Fred? Senzační!*“

25. června 2008: „*Sónar de Dia - Sónar by Day - Sónar de Día - Denní Sónar 2008*“ a „*Sónar de Nit - Sónar de Noche - Sónar by Night - Noční Sónar*“

21. února 2008: „*Data, rock, ale žádná předkapela*“ a „*Rock, Rock a něká ta data*“

Závěr

Cílem naší bakalářské práce bylo vymezit report jako nový žánr. Po provedené analýze můžeme konstatovat, že report je hybridní žánr nesoucí znaky reportáže, recenze a referátu (publicistického referátu, reportu). K tomuto závěru jsme došli jednak na základě studia odborné literatury vztahující se k teorii publicistických žánrů, jednak následným porovnáním charakteristik výše uvedených žánrů s excerpovanými texty. Znaky jednotlivých žánrů mohou být v reportu zastoupeny v různých poměrech, proto jsme jako součást bakalářské práce připojili schéma znázorňující vztah reportu a jeho příbuzných žánrů.

Mísení žánrů můžeme pozorovat jako současný trend a v jeho důsledku vznikají i nové hybridní žánry. Svou zásluhu na této skutečnosti má mimo jiné možnost publikovat texty prostřednictvím internetu. Právě na internetu se report vyvíjí nejrychleji.

V našem pojetí nahlížíme report jako žánr využívaný pro představení, popis, hodnocení a podání zprávy o hudební události – koncertu, festivalu, křtu alba, halové akci apod. Jsme však přesvědčeni, že takto vymezený žánr je aplikovatelný i na jiné kulturní oblasti.

Vedle žánrového vymezení bylo naším cílem charakterizovat rámcové složky reportu, naše pozornost se soustředila na titulky, leady a mezititulky. Právě tyto tři části textu jsou v mnohém klíčové pro čtenáře internetového serveru a jejich funkce zaujmout je tak mnohdy oproti tištěným médiím posílena.

Titulky jsme podrobili kvantitativní analýze, na základě jejichž výsledků můžeme konstatovat, že průměrná délka titulku je šest slov – zde můžeme pozorovat rozpor se současným trendem, který směřuje k psaní delších titulků. Stejně tak se titulky reportů oproti titulkům v tištěných médiích liší v užívání slovesa – titulky reportů jsou

oproti větným titulům v novinách zpravidla jmenné. Většina titulků se skládá ze dvou částí, v první je explicitně vyjádřeno, o čem bude report pojednávat, druhá část – oddělená od té první dvojtečkou nebo pomlčkou – naznačuje, jaké bude další vyznění reportu. Titulek může mít charakter shrnutí, nebo naopak vyzvednutí nějakého aspektu reportované akce, pozorovat můžeme ale i jiné tendence.

Leady reportů jsme klasifikovali z hlediska jejich vztahu k dalšímu textu, nejednalo se pouze o leady shrnující či uvozující, z určitých typů leadů byl zřetelný i záměr zaujmout a vybídnout čtenáře k přečtení textu, ať už explicitně či implicitně.

Mezitulky jsou významným a neodmyslitelným prvkem tektoniky reportu, o tom svědčí i jejich kvantitativní zastoupení. Stejně jako v případě titulků jsme i mezitulky charakterizovali podle jejich vztahu k textu – v případě mezitulků ve vztahu k odstavcům, na jejichž počátku stojí. Mezitulky mají za úkol uvést následující úsek textu, nastínit jeho další směřování a usnadnit čtenáři orientaci uvnitř článku.

Report je nový žánr, který stojí na počátku svého vývoje, naším cílem bylo jej definovat a poukázat na jeho vztah k příbuzným tradičním žánrům. Představili jsme také základní rámcové složky tektoniky reportu a poukázali na jejich podobu determinovanou publikováním na internetu.

Anotace bakalářské práce

Příjmení a jméno autora: Navrátilová Iveta

Název katedry a fakulty: Katedra bohemistiky, Filozofická fakulta

Název diplomové práce: Reporty na hudebně informačním serveru rave.cz

Jméno vedoucího diplomové práce: Mgr. Jindřiška Svobodová, Ph.D.

Počet znaků: 77 454

Počet příloh: 0

Počet titulů použité literatury: 23

Klíčová slova: Hudební informační server, hybridní žánr, lead, mezititulek, rave.cz recenze, referát, report, reportáž, titulek.

Práce je zaměřena na zkoumání reportů uveřejňovaných na hudebně informačním serveru rave.cz. Na základě studia odborné literatury a excerpovaného materiálu je report charakterizován jako hybridní žánr, pozornost je rovněž věnovaná jeho vztahu k tradičním žánrům reportáž, referát, recenze. Práce se dále věnuje rámcovým složkám reportu. Analyzovány jsou titulky, leady a mezititulky jakožto klíčové složky tektoniky textu. Podrobeny jsou jak kvantitativní analýze, tak kategorizaci z hlediska jejich vztahu k vlastnímu textu.

Použitá literatura

- BARTOŠEK, J. *Jazyk žurnalistiky*. In DANEŠ, F. et al. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997.
- BEČKA, J. V. *Sloh žurnalistiky*. Praha: Novinář, 1986.
- BEČKA, J. V. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992.
- BURNSOVÁ, L. S. *Žurnalistika*. Praha: Portál, 2004.
- BURTON, G. – JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001.
- ČECHOVÁ, M. et al. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV, 2003.
- JAVŮREK, A. *Základy online žurnalistiky*. In POLÁCH, V. P. (ed.) *Mediální teorie a praxe. Cyklus přednášek*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008.
- JÍLEK, V. *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2009.
- MINÁŘOVÁ, E. *Výstavba publicistického textu*. In *Sborník prací PedF MU v Brně, řada jazyková a literární č. 25*. Brno: Masarykova univerzita, 1991.
- MISTRÍK, J. *Kapitoly zo štylistiky*. Bratislava: Vydavateľstvo Obzor, 1977.
- MISTRÍK, J. *Štylistika*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985.
- OSVALDOVÁ, B. *Změnil internet žurnalistické standardy a žánry?* In OSVALDOVÁ, B. et al. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009.
- OSVALDOVÁ, B. *Reportáž a reportéři*. In OSVALDOVÁ, B. et al. *O reportáži, o reportérech*. Praha: Karolinum, 2010.
- OSVALDOVÁ, B. – HALADA, J. et al. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999.
- OSVALDOVÁ, B. – HALADA, J. et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri, 2002.
- OSVALDOVÁ, B. – HALADA, J. et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007.
- PETRÁČKOVÁ, V. – KRAUS, J. et al. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia, 1998.

- REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- RUß-MOHL, S. – BAKIČOVÁ, H. *Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada publishing, 2005.
- SHATURY, A. A. *Titulky v psané publicistice (srovnávací studie)*. In *Naše řeč*, 1999, r. 82, č. 2., s. 79–86.
- SCHNEIDEROVÁ, S. *Informace – text – kontext. Nad současnou situací médií*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008.
- SONDERHÜSKEN, H. *Kleines Journalisten-Lexikon. Fachbegriffe und Berufsjargon*. Mnichov: Ölschläger, 1991.
- ŠTORKÁN, K. *Publicističné žánry*. Praha: Novinář, 1980.

Internetové zdroje

- BARTOŠEK, J. Jazyková analýza českých masmédií. 2002 [online] Dostupné na WWW: <http://www.pujcmesi.cz/jazykova-analyza-ceskych-masmedii_23.html> [cit. 24. dubna 2011]
- MLČOCH, M. Titulek ve sportovní žurnalistice. 1999 [online] Dostupné na WWW: <<http://publib.upol.cz/~obd/fulltext/philolo9/philolo9-1.pdf>> [cit. 15. dubna 2011]
- Archiv rubriky *Reporty* na serveru *rave.cz* [online] Dostupné na WWW: <<http://www.rave.cz/archiv-clanky/?rubrika=7>> [cit. 10. dubna 2011]
- Titulek [online] Dostupné na WWW: <<http://www.jakpsatweb.cz/titulek.html>> [cit. 22. listopadu 2010]