

# Seminář kulturní publicistiky

Distanční studijní text

Pavla Bergmannová

Opava 2021



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
FILOZOFICKO-  
PŘÍRODOVĚDECKÁ  
FAKULTA V OPAVĚ

- Obor:** Umění, Dramatická umění, Kulturní dramaturgie v divadelní praxi, umění a humanitní vědy, společenské vědy, žurnalistika a informační vědy.
- Klíčová slova:** Publicistika, kulturní publicistika, žurnalistické žánry, tištěná média, elektronická média, recenze, kritika, rozhovor, reflexe uměleckého díla.
- Anotace:** Studenti se v rámci výuky seznámí s vymezením pojmu kulturní publicistika a osvojí si základní publicistické žánry s jejich formálními i obsahovými náležitostmi. Získají širší přehled o současných českých tištěných i elektronických médiích zaměřených především na dramatická umění a na příkladech tvorby výrazných osobností kulturní žurnalistiky se dozví, jakým způsobem je možné kriticky reflektovat umělecké dílo (zejména divadelní, filmové a rozhlasové). Výuka bude zaměřena především prakticky, přičemž hlavní důraz bude kladen na vlastní kritickou tvorbu studentů. Posluchači budou vedeni k přesnému formulování svých názorů a postojů zejména v písemném projevu různých forem (např. deníková recenze, kritika, úvaha, rozhovor atd.). Cílem předmětu je rozvíjet u studentů schopnost analýzy a kritické reflexe.

**Autor:** **Mgr. Pavla Bergmannová**



## Obsah

ÚVODEM.....	7
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY.....	8
1 CO JE A CO NENÍ KULTURNÍ PUBLICISTIKA? VZTAH UMĚNÍ A KRITIKY.....	9
1.1 Termín publicistika .....	10
1.1.1 Publicistika jako složka žurnalistiky.....	10
1.2 Kulturní publicistika.....	11
1.3 Jaká jsou specifika kulturní publicistiky? .....	11
1.4 Vztah umění a kritiky .....	12
2 FUNKCE A ROLE KULTURNÍ PUBLICISTIKY. KDO JE KULTURNÍ ŽURNALISTA?.....	14
2.1 Pojem kulturní publicistika .....	15
2.2 Funkce a role kulturní publicistiky.....	15
2.3 Umělecká kritika .....	16
2.3.1 Umělecká kritika jako věda, nebo umění?.....	17
3 MEDIÁLNÍ PROSTOR PRO DIVADELNÍ A ROZHLASOVOU PUBLICISTIKU: TIŠTĚNÁ MÉDIA, INTERNET, ROZHLAS A TELEVIZE.....	19
3.1 Kam s ní? Prostor pro uměleckou divadelní kritiku v současných médiích .....	20
3.2 Diskuze o stavu české divadelní kritiky .....	20
3.3 O současné divadelní kritice .....	21
3.4 Divadelní kritika v médiích.....	21
3.4.1 Tištěná média .....	21
3.4.2 Internet .....	23
3.4.3 Rozhlas a televize .....	25
4 OSOBNOSTI ČESKÉ DIVADELNÍ A ROZHLASOVÉ PUBLICISTIKY (SOUČASNOST), JEJICH STYL A VÝRAZOVÉ PROSTŘEDKY.....	29
4.1 Kdo je divadelní kritik?.....	30
4.1.1 Kritéria divadelní kritiky.....	31
4.1.2 Základní znaky typické pro kritické psaní o divadle .....	31
4.1.3 Autorské limity divadelní kritiky.....	31
5 ANALÝZA A INTERPRETACE VYBRANÝCH TEXTŮ.....	33
5.1 Smysl (a účel) kritikovy práce .....	34
5.2 Význam a funkce divadelní kritiky .....	34

5.3	Dělení divadelní kritiky.....	34
5.3.1	Divadelní reflexe v odborných revuích.....	34
5.3.2	kritika publicistická (novinová, rozhlasová, televizní).....	35
5.3.3	Cíle divadelní kritiky .....	35
5.3.4	Kritický styl .....	35
6	MEDIÁLNÍ PROSTOR PRO FILMOVOU A TV PUBLICISTIKU: TIŠTĚNÁ MÉDIA, INTERNET, ROZHLAS A TELEVIZE.....	38
6.1	Mediální prostor pro filmovou a TV publicistiku .....	39
7	OSOBNOSTI ČESKÉ FILMOVÉ A TV PUBLICISTIKY (SOUČASNOST), JEJICH STYL A VÝRAZOVÉ PROSTŘEDKY.....	43
7.1	Kdo je filmový kritik.....	44
7.1.1	Kompetence filmového kritika .....	44
7.1.2	Typologie filmových kritiků.....	45
8	ANALÝZA A INTERPRETACE VYBRANÝCH TEXTŮ.....	47
8.1	Funkce a formy reflexe filmu.....	48
8.2	Typologie kritického psaní.....	48
8.3	Schematizované formy hodnocení .....	49
8.4	Filmová reflexe a internet .....	49
9	ŽÁNRY KULTURNÍ PUBLICISTIKY: ODBORNÁ KRITIKA, NOVINOVÁ KRITIKA, DIVADELNĚ-KRITICKÝ MEDAILON, ROZHOVOR ATP.....	51
9.1	Publicistické žánry .....	52
9.1.1	Žánry umělecké a kulturní publicistiky .....	53
10	VLASTNÍ KULTURNÍ PUBLICISTIKA: RECENZE, KRITIKA.....	56
10.1	Recenze versus kritika .....	57
10.2	Jak psát kriticky (nejen) o divadle.....	58
10.2.1	Obecná pravidla pro kritické psaní (nejen) o divadle .....	58
10.2.2	Důraz na kvalitní stylistiku a gramatiku .....	59
10.2.3	Struktura divadelní kritiky .....	59
11	VLASTNÍ KULTURNÍ PUBLICISTIKA: ROZHOVOR.....	62
11.1	Definice rozhovoru / interview.....	63
11.2	Typy rozhovorů .....	63
11.3	Jak se dělá rozhovor .....	65
11.3.1	Nač má nárok zpovídaný?.....	68
12	KONCEPCE KULTURNÍHO ČASOPISU 1.....	70

12.1	Časopis.....	71
12.1.1	Typologie časopisů .....	71
12.2	Čtenáři .....	72
12.3	Tištěný versus internetový časopis .....	73
12.3.1	Tištěný časopis.....	73
12.3.2	Internetový časopis .....	73
13	KONCEPCE KULTURNÍHO ČASOPISU 2.....	76
13.1	Reflexe projektu .....	77
13.2	Průběh obhajoby a její hodnocení .....	77
13.3	Příprava vystoupení .....	77
	LITERATURA .....	79
	SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY .....	80
	PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON.....	81

## ÚVODEM

Vážení studenti,

dostává se vám do rukou učební text, prostřednictvím kterého byste si měli osvojit klíčové znalosti a dovednosti nezbytné pro využití v praxi kulturní publicistiky. Kulturní publicistika je jedním z typů žurnalistické publicistické tvorby, která je vymezena svým tematickým zaměřením na specifickou oblast kultury a umění. Díky osvojení si jednotlivých publicistických žánrů pak umožňuje kvalifikované posuzování a hodnocení uměleckých děl včetně jejich zpětné reflexe. Její specifičnost tedy tkví v kombinaci žurnalistické práce s konkrétními znalostmi z teorie a praxe příslušného uměleckého oboru – v našem případě tedy zejména divadla a filmu.

Proto, abyste se v oblasti kulturní publicistiky – a to s ohledem na její praktické využití v rámci odborného hodnocení uměleckých děl – orientovali, je připravena tato studijní opora. Umožní vám nejen teoretický vhled do problematiky kulturní publicistiky, kdy se prostřednictvím četby odborných textů a recenzí seznámíte se specifickými prvky kritického soudu, s problematikou hodnocení uměleckých děl a zejména s jednotlivými typy a formami umělecké kritiky (recenze, odborná kritika).

Výuka bude – vzhledem k zaměření studia – vedena ale především s důrazem na samostatné plnění praktických úkolů, kdy v rámci jednotlivých kapitol budete po krátkém teoretickém vhledu samostatně plnit konkrétní a přesně zacílené úkoly a v rámci konzultace s pedagogem, který vám vždy poskytne zpětnou vazbu, si snadno ověříte své schopnosti nejen kritického hodnocení uměleckého díla, ale i v dalších činnostech žurnalistické práce (např. umění vést rozhovor).

Kurz je koncipován jako jednosemestrální a je rozdělen do třinácti tematických bloků. Cílem studijní opory rozhodně není nabídnout vyčerpávající odborné pojednání nebo rozsáhlé kompendium znalostí z oblasti kulturní publicistiky, nýbrž usiluje o to být uživatelsky přívětivým průvodcem vybranými tématy dané oblasti.

Distanční studijní text předpokládá existenci LMS Moodle. V LMS kurzu jsou kromě výkladu k daným tématům a rozmanitých možností ověření nabytých znalostí uvedeny také kontaktní informace (syllabus, konzultační hodiny atp.), konkrétní požadavky úspěšného absolvování kurzu a kontrolní testy.

Věřím, že vám vytvořený studijní materiál bude dobrým pomocníkem při studiu předmětu a napomůže vám získat patřičné poznatky.

Pavla Bergmannová

## **RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY**

Cílem studijní opory, která se vám nyní dostává do rukou, je představit vám předmět kulturní publicistiky – tedy tu oblast žurnalistiky, která se tematicky zabývá kulturou a jejími jednotlivými částmi (film, hudba, literatura, divadlo, výtvarné umění...).

Kurz je koncipován jako jednosemestrální a je rozdělen do třinácti tematických bloků. Samotný výklad je doplněn rozmanitými ukázkami, náměty k přemýšlení, tipy a radami, a zejména pak praktickými úkoly, jejichž pravidelným plněním si student pod dohledem pedagoga ověřuje, jak teoretické poznatky dokáže uplatňovat právě v praxi.

V prvních dvou kapitolách se studenti nejprve seznámí s obecnou problematikou kulturní publicistiky – tedy vymezením oblasti jejího zájmu s důrazem zejména na její funkce a role. Kapitoly také nastíní problematické téma velmi specifického vztahu umění a kritiky.

Poté se již budeme věnovat jednotlivým praktickým oblastem kulturní publicistiky. Studenti se seznámí s českým mediálním prostorem určeným jak pro divadelní, tak filmovou a televizní publicistiku – a to s ohledem na různé formy médií s jejich specifickými podkategoriemi – tedy tištěná i elektronická média. Zaměříme se na výrazné osobnosti současné kulturní publicistiky, přičemž budeme sledovat zejména styl a výrazové prostředky, které v rámci své práce uplatňují. Konkrétně pak budeme analyzovat vybrané texty českých divadelních a filmových kritiků a zaměříme se na to, jak se jim daří – odborně či popularizačně – reflektovat umělecká díla. Seznámíme se rovněž s preferovanými žánry kulturní publicistiky, kterými jsou zejména recenze, odborná kritika, divadelně-kritický medailon a rozhovor. Studenti pak na základě zhlédnutí záznamů divadelních představení a filmů budou aplikovat nabyté zkušenosti při psaní vlastních recenzí a kritických úvah. Nezbytnou součástí absolvování předmětu bude realizace rozhovoru s výraznou osobností kulturního života. Studenti také navrhnu projekt koncepce časopisu zaměřeného na reflektování kultury či jednotlivé její oblasti.

Kulturní publicistika bude chápána v co nejširším smyslu jako hodnocení a reflexe uměleckých děl, přičemž se bude zaměřovat především na aktuální otázky uchopování, hodnocení a interpretace umění. A to s cílem na co největší propojení teorie s praxí, aby absolventi mohli tyto poznatky co nejlépe uplatňovat v praxi – např. ve spolupráci s odbornými – divadelně či filmově zaměřenými – médii.



# 1 CO JE A CO NENÍ KULTURNÍ PUBLICISTIKA? VZTAH UMĚNÍ A KRITIKY.

## RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Cílem úvodní kapitoly je uvést posluchače do problematiky kulturní publicistiky a nastínit výklad tohoto pojmu s důrazem na tematické zaměření v oblasti kultury, umění a umělecké tvorby – konkrétně tedy na film, hudbu, literaturu, divadlo, výtvarné umění. Nabídneme výčet specifík kulturní publicistiky a zdůrazníme role jejích jednotlivých složek. Na jedné straně si všimneme umělecké kritiky, kterou lze chápat v co nejširším smyslu jako hodnocení a reflexe uměleckých děl, na straně druhé zmíníme rovněž informační funkci kulturní publicistiky. V neposlední řadě kapitola otevře úvahu na téma vztahu umění a kritiky.

## CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly bude student schopen:

- formulovat rozdíl mezi pojmy publicistika, zpravodajství a žurnalistika,
- vysvětlit pojem publicistika a kulturní publicistika,
- charakterizovat specifika kulturní publicistiky,
- objasnit vztah umění a kritiky.

## ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



1 hodina

## KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Žurnalistika, zpravodajství, publicistika, kulturní publicistika, umělecká kritika, vztah umění a kritiky, média.

## 1.1 Termín publicistika

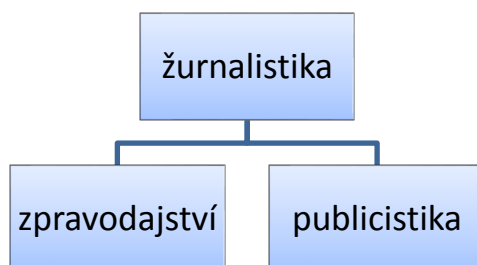
Jak už je patrné z názvu této kapitoly, je jejím předmětem tzv. kulturní publicistika. A jelikož se s tímto termínem ve veřejném diskurzu často operuje poněkud nahodile a neobratně, je na místě hned v úvodu specifikovat, co přesně je jím vlastně myšleno.

Termín *publicistika* má základ v latinském výrazu *publicus* (obecní) a označuje činnost určenou pro veřejnost, tedy ke zveřejnění, k publikaci. V užším slova smyslu je publicistika jedním z typů žurnalistické tvorby, která je „spojená se stanoviskem. Objasňuje události, situace nebo myšlenky a díla. Kromě informací obsahuje i hodnocení a subjektivní přístup, zahrnuje pojmy, soudy, postoje, kombinuje analytický a syntetický přístup. Jejím výsledkem je poznání a eventuálně přesvědčení a získání recipienta. Kromě racionálních prvků obsahuje i prvky emotivní.“<sup>1</sup>

### 1.1.1 PUBLICISTIKA JAKO SLOŽKA ŽURNALISTIKY

Publicistika tvoří společně se zpravodajstvím základní pilíře žurnalistiky. Žurnalistika jako novinářské povolání přináší informace o aktuálním dění ve společnosti i názory na toto dění. Vznikla na začátku novověku počátkem 15. století, její rozvoj byl umožněn objevem knihtisku. Její působnost se ve 20. století pod vlivem rozvoje masových médií včetně rozhlasu, televize a nejnověji i internetu rozšířila i do těchto oblastí. Ty výrazně ovlivňují i její formální podobu.

Žurnalistiku dělíme na podkategorie zpravodajství a publicistika.



Zatímco hlavním cílem **zpravodajství** je podávat věcné a aktuální informace co nejrychlejší a nejobjektivnějším způsobem, publicistiku lze jednoduše popsat jako typ žurnalistických výstupů, které obsahují subjektivní pohled autora, jeho hodnocení a názor. Jde tedy o činnost spojenou se zaujetím stanoviska, a tak vedle racionálních prvků využívá i prvky emocionální. Zjednodušeně řečeno, to, co odděluje zpravodajství od publicistiky, je přítomnost subjektivního vyjádření autora. Zároveň platí, že na rozdíl od zpravodajství

<sup>1</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, HALADA, Jan. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, str. 84.

není v publicistice podmínkou pro námět článku aktuálnost, ačkoliv i ona na aktuální témata reaguje. Tím se otevírá prostor i pro reflexu nadčasových celospolečenských témat a jejich detailnější prezentaci.

Důležité je si uvědomit, že tam, kde zpravodajství fakta pouze oznamuje, publicistika hledá souvislosti a dělá závěry, kdy fakta slouží jako argumenty. Publicistika jako taková pak „...směřuje k zobecňování, shrnutí a v jejím uměleckém směru pak k vyobrazení na konkrétním a pokud možno autentickém příkladu“<sup>2</sup>. Svým charakterem sehrává publicistika významnou roli ve formování veřejného mínění a názorů společnosti.

Publicistika se objevuje v médiích všech typů (noviny, televize, rozhlas, film, internet), kde se publicisté aktivně vyjadřují k různým, často aktuálním tématům, především hospodářským, politickým, sociálním, či kulturním. Z výše uvedeného rozdělení plyne dělení žurnalistických žánrů (též útvarů) na zpravodajské a publicistické. Oba typy se od sebe odlišují zejména svými funkcemi, ale také náležitostmi, které jednotlivé typy textů obsahují. Publicisté nejčastěji využívají sloupek, fejeton, reportáž, recenze či rozhovor a dle svého zaměření pak často ten či onen žánr protežují.

## 1.2 Kulturní publicistika

Jedním z typů žurnalistické publicistické tvorby je také kulturní publicistika. Toto mnohovýznamné slovní spojení může být do značné míry zavádějící. Nejde o publicistiku uměleckou ve smyslu umělecky se vyjadřující, nýbrž o publicistiku vymezující se svým zaměřením tematicky na oblast kultury, umění a umělecké tvorby – tedy na film, hudbu, literaturu, divadlo, výtvarné umění...).

Skrze publicistické žánry pak především nabízí kvalifikované zkoumání, posuzování a hodnocení uměleckých děl a umožňuje i jejich zpětnou reflexi. Vedle divadelní, hudební, filmové a knižní kritiky se ale věnuje také ekonomickému a politickému pozadí kultury, tématům životního stylu a kultu celebrit a osobností z kulturního světa.

## 1.3 Jaká jsou specifika kulturní publicistiky?

1. Kulturní publicistika (a zejména umělecká kritika) je více než kterákoli jiná kategorie publicistiky disciplínou analýzy a interpretace uměleckých děl za účelem zjištění jejich umělecké hodnoty. Kritik hodnotí dílo v porovnání s estetickými normami a vyslovuje kritické soudy na úkor daného hodnoceného díla.
2. Kulturní publicistika je specifická svým zpracováním. Většina příspěvků v kulturních periodikách nebo kulturních rubrikách je analytické povahy. Kulturní publicisté jsou tak vnímáni více jako zprostředkovatelé nových myšlenek než neutrální redaktoři.

---

<sup>2</sup> VELAS, Štefan. *Teória a prax novinárskych žánrov*. 2. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského, 2000, s. 20.

3. Kulturní publicistika vyžaduje specializovaného publicistu, který by měl být obeznán jak s pravidly žurnalistiky (má novinářské vzdělání), tak daného umění, na které se zaměřuje. Můžeme rozlišit dva typy kulturních novinářů: „akademiky“ a „deníkáře“. Pro akademiky je typické, že na svou práci nahlíží akademickou optikou, zatímco práce deníkářů je určena rychlostí, ve které musí články produkovat. Čtenářům Podřizují téma, styl psaní i rozsah příspěvků čtenářům, respektive médiu, pro které píšou a jež je zaměřeno na určitý typ čtenáře. Pro zástupce obou skupin ovšem nezbytně platí, že by měli být erudovanými autory.
4. Kulturní publicistika, zejména žánry umělecké kritiky, má díky svému hodnoticímu kritériu výrazný zpětný vliv na umění. Dobrý kulturní publicista dokáže svým článkem ovlivnit nejen samotné tvůrce, ale i běžné recipienty kultury a umění. Po přečtení recenze, která doporučuje nebo zatracuje určitý film či divadelní inscenaci, se čtenář rozhodne, zda na tu či onu kulturní událost půjde. Publicistika tak výrazně ovlivňuje svého konzumenta a jeho následující rozhodnutí se o dané umělecké dílo zajímat či nikoli.

## 1.4 Vztah umění a kritiky

Umění má v našem světě nezastupitelnou roli. Tuto životní důležitost umění se snaží vysvětlit estetika. Klíčovou roli v takovém vysvětlení zastává pojem *estetický soud* jako soud o celkové kvalitě díla. Estetický soud je verdiktem umělecké kritiky. Proto lze estetiku nahlédnout jako teorii umělecké kritiky.

Pojem kulturní/umělecká publicistika bývá často zaměňován s pojmem umělecká kritika. Ta je některými odborníky považována spíše za metodu publicistické práce (ve smyslu kritického hodnocení určité aktuální události či osobnosti) než za svébytný typ žurnalistické tvorby (a v tomto ohledu ji lze vnímat v podstatě jako jeden z nástrojů kulturní publicistiky), zatímco jiní ji vidí jako svébytnou oblast literární reflexe umění, která se coby kvalifikované zkoumání, posuzování a hodnocení uměleckých děl, interpretace a stavu kultury vyvinula v publicistické praxi jako spontánní a užitečná.



### KORESPONDENČNÍ ÚKOL

Vztahem umění a kritiky se ve své práci nazvané „*Co je kritika, co není a k čemu je na světě*“ zabývá český literární vědec Václav Černý. Danou esej si bedlivě prostudujte a odpovězte na následující otázku: Václav Černý nabízí rozdělení kritiky na čtyři směry. Vyjmenujte je a objasněte jejich principy.

---

## ODPOVĚDI



- a) biograficko-psychologická kritika = jejím základem je prožitek z díla, kdy pouze po pochopení uměleckého celku je kritik schopen dílo nezaujatě zhodnotit
- b) sociologická kritika = snaží se nalézt odpovědi v autorově osobnosti a v kontextu tvorby díla, všímá si autorova života a jeho osobní historie, jež vedla k vytvoření uměleckého díla
- c) formalistická kritika = vnímá umělecký proces jako vývojový cyklus navazující na předchozí umělecké žánry a zkoumá dílo jako rozbor všech jeho částí, jejichž jednotlivé hodnocení poté spojuje do jednoho celku
- d) impresionistická kritika = bere umělecké dílo s ohledem na společnost a autora, vnímá vztahy, jež mezi těmito dvěma jednotkami vznikají a které ovlivňují proces tvoření, zároveň bere ohled na působnost díla na samotného člověka a na vliv, který dílo má na jednotlivá individua

## SHRNUTÍ KAPITOLY



V úvodní kapitole jsme posluchače uvedli do problematiky kulturní publicistiky a nastínilí výklad tohoto pojmu s důrazem na tematické zaměření na oblast kultury, umění a umělecké tvorby – konkrétně tedy na film, hudbu, literaturu, divadlo, výtvarné umění. Nabídli jsme výčet specifík kulturní publicistiky a zdůraznili role jednotlivých složek. Na jedné straně jsme si všimli umělecké kritiky, kterou lze chápat v co nejširším smyslu jako hodnocení a reflexi uměleckých děl, na straně druhé jsme zmínili informační funkci kulturní publicistiky. V neposlední řadě kapitola otevřela úvahu na téma vztahu umění a kritiky.

## **2 FUNKCE A ROLE KULTURNÍ PUBLICISTIKY. KDO JE KULTURNÍ ŽURNALISTA?**



### **RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY**

Cílem kapitoly je specifikovat role a funkce kulturní publicistiky – zejména přesvědčovací, hodnotící, zábavnou, informační a vzdělávací. Budeme se také věnovat problematice jejích specifických žánrů a také stylu a jazyku. Důraz bude kladen zejména na oblast kritiky jako nejdůležitějšího článku kulturní publicistiky, který nabízí erudovanou reflexi současného stavu umění. Nezbytnou součástí kapitoly je charakteristika pozice kulturního publicisty.

---



### **CÍLE KAPITOLY**

Po prostudování kapitoly bude student schopen:

- vysvětlit funkce kulturní publicistiky,
  - pojmenovat specifika umělecké kritiky,
  - odpovědět na otázku, zda je umělecká kritika vědou nebo uměním,
  - charakterizovat pozici kulturního publicisty.
- 



### **ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU**

2 hodiny

---



### **KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY**

Publicistika, kulturní publicistika, publicistické funkce, informační, vzdělávací, zábavná, historická a hodnotící funkce publicistiky, kritika, umělecká kritika, kritika biograficko-psychologická, sociologická, formalistická, impresionistická, kritik.

## 2.1 Pojem kulturní publicistika

V případě pojmu kulturní publicistika nenacházíme v odborné literatuře jasnou definici. Existuje i termín umělecká publicistika a pro některé autory tyto dva blízké termíny významově splývají, pro jiné zase představují dva různé pojmy. Nora Dolanská ve své studii *Žánry umělecké publicistiky* uvádí, že uměleckou a kulturní publicistiku není možné směřovat, ač oba druhy vyrostly na stejných základech, tedy na stránkách kulturních časopisů rubrik apod.<sup>3</sup> Uměleckou publicistiku pak vnímá jako souhrn výrazových projevů, historicky vycházejících z impulzů žurnalistiky, krásné literatury a věcné literatury. „*Společným rysem všech žánrů a projevů umělecké publicistiky je společenská aktualita, ozvláštňená tvůrčími přístupy emotivními a analytickými, vždy s důrazem na vysokou estetickou úroveň sdělnosti a kompoziční výstavby.*“<sup>4</sup> Kulturní publicistiku pak považuje za monotematickou záležitost, která představuje jednu z tematických oblastí žurnalistické práce, právě tak jako publicistika ekonomická, politická nebo zahraniční: *Umělecká publicistika je naproti tomu typologickým označením pro vyhraněný soubor publicistických žánrů, jejichž příbuznost je podmíněna společnými metodickými postupy.*“<sup>5</sup> Oproti jiným pojmům není dostatečně empiricky ohraničen. Lze jím na jedné straně rozumět hodnotící, kritické zaměření publicistiky na oblast kultury, především na novou knižní a literární produkci a na druhé straně pojem kulturní publicistiky implikuje i kulturnost v širším slova smyslu. Pojem kulturní žurnalistiky lze tedy obecně vztáhnout i na způsob, jak se v psaných i mluvených projevech kulturně, tj. kultivovaně vyjadřovat. Dnes se uměleckými i kulturními oblastmi života zabývají nejen seriózní periodika, ale značný zájem čtenářů si připisuje bulvární tisk. Ovšem bulvární publicistika má naprosto specifická kritéria zařazení.

Kulturní publicistiku tedy s ohledem na výše zmíněné bude vnímat velmi jednoduše jako publicistiku tematicky vymezenou na oblast kultury a umění, o nichž se snaží podávat osobitá svědectví. Je to pole široké a vyžaduje erudované autory, kteří disponují nejen kvalitami žurnalistickými, ale jsou také vzděláni v oblasti daného uměleckého oboru. Obecně platí, že obsah publicistiky se mění v průběhu a pod vlivem dějin. Ty v podstatě určují, o čem se bude psát, ale také to, jak se bude psát. Publicistika totiž vždy velmi citlivě reaguje na kulturně-spoločenský kontext, na estetické, ideologické, strukturální a konceptuální konvence v určitém období a na určitém místě. A v reakci na ně zároveň podává svědectví o nich, což se ovšem děje nepřímo.

## 2.2 Funkce a role kulturní publicistiky

Funkce a role kulturní publicistiky se v podstatě shodují s běžnými funkcemi publicistiky. Mezi ně patří funkce informační, vzdělávací (edukativní), hodnotící (evaluační), zábavná i a historická:

---

<sup>3</sup> DOLANSKÁ, Nora, KALINA, Vladimír. *Žánry umělecké publicistiky*. Brno: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1984. 13 s.

<sup>4</sup> Tamtéž.

<sup>5</sup> Tamtéž.

- **informační funkce** zahrnuje souhrn faktů vztahujících se k události, kulturní publicistika si klade za cíl nás informovat o uměleckém dění.
- **vzdělávací (edukativní) funkce** zahrnuje přenos znalostí a zkušeností a přispívá k utváření názoru. Tato funkce je nejvíc proměnlivá a závislá na funkcích ostatních.
- **hodnotící (evaluační) funkce** se dostává do popředí při hodnocení umělecké události, je pro naši oblast nesmírně důležitá.
- **historická funkce** spočívá v tom, že publicistika nejenom zprostředkovává vztah mezi představením a publikem, ale i mezi událostí a její obdobou z minulosti.
- **zábavná (oddychová) funkce** poskytuje pobavení, uvolnění, zklidnění, v kontextu umělecké publicistiky ale vnáší do publicistického stylu také umělecky hodnotný aspekt.

Publicistika se vyznačuje i určitým specifickým stylem, kdy ke srozumitelnému a přístupnému zprostředkování aktuálních informací využívá spisovný jazyk v kombinaci s agitací, díky které může snadněji ovlivnit nebo přesvědčit adresáta. Publicistika ale nezprostředkovává jen faktické informace, ale má i funkci přesvědčovací. Ta spočívá „ve volbě tématu, v pojetí obsahu apod. Oproti stylu zpravodajskému tedy využívá širší škálu výrazových prostředků, mnohdy netradičních, či dokonce neologismů, čímž nabírá na expresivitě a poutavosti.

Publicistika se s ohledem na své zacílení soustředí na určité specifické žánry. Nás budou zajímat především ty publicistické útvary, které se vztahují právě k oblasti umění a kultury. Mezi ně řadíme především kritiku a recenzi. Těm se budeme ve výkladu konkrétněji věnovat později, nyní se nahlédneme oblast kritiky – té umělecké – v širších souvislostech.

## 2.3 Umělecká kritika

Umělecká kritika se – jako podskupina publicistiky – zabývá erudovanou reflexí současného stavu umění a jeho příslušné umělecké oblasti, tedy divadlem, filmem, hudbou, výtvarným uměním či literaturou. Umělecká kritika stojí na samém konci uměleckého procesu a jejím smyslem je výklad a hodnocení příslušného uměleckého díla. V závislosti na specifiku jednotlivých uměnovědných oborů se mění i určitá specifika kritiky daných oborů. Ta se asi nejvýrazněji projevují v případě kritiky divadelní, která musí vycházet z jedinečnosti divadelního umění i nemožnosti komplexně zachytit divadelní artefakt. Divadelní dílo – celek inscenace – je tvořeno jednotlivými představeními, která se mohou proměňovat, respektive nikdy nejsou identická. Kritik navíc pro účely hodnocení nemůže sledovat všechna tato představení, ale volí obvykle jen jedno jediné. Oproti tomu např. filmová nebo literární kritika vždy hodnotí pevně fixované hotové dílo.

Václav Černý ve své eseji *Co je kritika, co není a k čemu je na světě?* dělí kritiku na čtyři směry:

1. **biograficko-psychologická**: základní metodou kritiky je prožitek z díla, jen po pochopení uměleckého celku je kritik schopen dílo nezaujatě zhodnotit



2. **sociologická**: snaží se nalézt odpovědi v autorově osobnosti a v kontextu tvorby díla, všímá si autorova života a jeho osobní historie, jež vedla k vytvoření uměleckého díla
3. **formalistická**: umělecký proces vnímá jako vývojový cyklus navazující na předchozí umělecké žánry a zkoumá dílo jako rozbor všech jeho částí, jejichž jednotlivé hodnocení poté spojuje do jednoho celku.
4. **impresionistická**: umělecké dílo vnímá s ohledem na společnost a autora a bere v potaz vztahy, jež mezi těmito dvěma jednotkami vznikají a které ovlivňují proces tvoření, také Zároveň bere ohled na působnost díla na samotného člověka.

Soudy, týkající se hodnoty uměleckých děl, mají svůj specifický charakter. Kritiku tak lze tak odlišit na základě zájmu nalézt hodnotu, kterou se umělecko-kritický úsudek snaží definovat. Je jasné, že samotná kritikova definice hodnoty bude záležet na podstatě specifických nároků, které se kritik snaží nalézt na svém objektu hodnocení. V tomto ohledu může každý interpretovat určité prvky v jednotlivých dílech značně rozdílně. Co si jeden vyloží jako úžasnou demonstraci autorových pocitů může druhý považovat za vandalství nebo urážku. Tento problém spadá pod kategorii obecných umělecko-kritických postupů, jež právě zpravují o těchto negativních prvcích. „Kritik právě jako básník a jiný umělec musí být krajně vnímavý, citlivý, vznětlivý, sensitivní. Musí být pln vnitřních možností: musí mít velké bohatství vnitřních chvěje, jakousi vnitřní plnost a oddanost: sensibilitu snadně dojatou a lehce se budící, toužící po vibracích a oddávající se jim.“<sup>6</sup> Tak popsal ideální kritikovu osobnost již zmíněný F. X. Šalda ve své eseji Kritika pathosem. Kritik se tak podle Šaldy jako kritik už rodí. Jeho nejvyšším posláním je boj o poctivost umění.

### 2.3.1 UMĚLECKÁ KRITIKA JAKO VĚDA, NEBO UMĚNÍ?

Velmi často před nás také vyvstává otázka, zda je umělecká kritika vědou či uměním. O odpověď se vedou spory. Odpůrci vědeckého postoje tvrdí, že principem kritiky není objektivnost, ale subjektivnost, takže pro vyjádření svých soudů nepoužívá vědeckých metod, ale hodnocení (vnímavost, subjektivní schopnost rozboru uměleckého díla). Soudy více kritiků na jedno dílo se mohou značně rozcházet v závislosti na osobnosti. Na straně druhé se věda vyznačuje objektivitou poznání. A i kritika přeci využívá ke své činnosti vědy příslušného oboru.

Odpověď na tuto otázku je tedy velmi nejednoznačná a pravda stojí kdesi uprostřed těchto dvou pólů. Kritika se zabývá současným stavem jisté umělecké oblasti, kdy musí stavět na ověřených poznacích z minulosti. Kritik má zároveň velmi blízko k umělci a musí být – pro vnímání díla – být nadán určitou citlivostí (sensibilitou) a bohatou fantazií. Kritik v sobě tedy spojuje vědce a umělce, přičemž je především odborným divákem, který by měl být náležitě vědecky fundován – tedy vzdělán v historii i teorii oboru a všech jeho složek, aby z těchto poznatků mohl čerpat teoretické podněty a kritéria. Jeho neznalosti se mohou projevit v nedokonalosti (neerudovanosti) jeho hodnocení (špatná terminologie, z neznalosti principů daného oboru, pojmenovává a interpretuje kulturní dění chybně.

---

<sup>6</sup> ŠALDA, František Xaver. Boje o zítřek: meditace a rapsodie. Praha: Melantrich. 1948, s. 186-187.

Umělecká kritika je disciplínou analýzy a interpretace uměleckých děl za účelem zjištění umělecké hodnoty a jejich vztahu k tradici a místě tvorby. Kritik hodnotí dílo v porovnání s estetickými normami a vyslovuje kritické soudy na úkor daného hodnoceného díla.

---



## **SHRNUTÍ KAPITOLY**

V této kapitole jsme specifikovali role a funkce kulturní publicistiky, zároveň jsme se věnovali problematice jejího specifického stylu a jazyku. Zaměřili jsme se zejména na oblast kritiky jako nejdůležitějšího článku kulturní publicistiky, který nabízí erudovanou reflexi současného stavu umění.

---

### 3 MEDIÁLNÍ PROSTOR PRO DIVADELNÍ A ROZHLASOVOU PUBLICISTIKU: TIŠTĚNÁ MÉDIA, INTERNET, ROZHLAS A TELEVIZE.

#### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Tato kapitola se zaměří na seznámení posluchačů s mediálním prostorem pro divadelní a rozhlasovou publicistiku, kdy budeme naši pozornost soustředit především na specializovaná tištěná periodika, nicméně zmíníme také divadelní reflexi v denním tisku a společenských časopisech, stejně jako v dalších elektronických médiích (prostředí internetu, televize, rozhlas). Hlavním cílem je postihnout, charakterizovat a specifikovat všechna vycházející tištěná média na území České republiky, která jsou primárně zaměřena na divadelní a rozhlasové umění a která vycházejí v pravidelných intervalech.

#### CÍLE KAPITOLY



Po prostudování této kapitoly bude student schopen:

- orientovat se v prostředí české divadelní a rozhlasové publicistiky,
- odlišit odborně a komerčně zaměřené periodikum,
- zhodnotit strukturu divadelního časopisu.

#### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



2 hodiny

#### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Divadelní kritika, divadelní časopis, divadelní magazín, tištěná média, digitální média, studentský časopis.

### 3.1 Kam s ní? Prostor pro uměleckou divadelní kritiku v současných médiích

Na úvod vyjdeme z citace divadelního dramaturga, režiséra a také literárního a divadelního kritika Jana Grossmana. Ten ve své známé stati „*O kritice*“, kterou původně přednesl v roce 1948 na dobříšské konferenci spisovatelů, píše: „*Bývá stereotypním a přesto vděčným úvodem každého pojednání o umění nebo o kritice konstatovat, že tyto projednávané disciplíny se octly v krizi. A přesto nejsou taková konstatování, sestupující často až k funkci fráze, vzata ze vzduchu, mají v sobě vždycky jisté jádro reálnosti a lze je v každém okamžiku vývoje moderní literatury podepřít o konkrétní doklady.*“<sup>7</sup> Bohužel musíme konstatovat, že Grossmanovo úvodní tvrzení stále platí a neuspokojivý stav umělecké – v našem případě divadelní kritiky – trvá. Jen je ovlivněn jiným společensko-historickým kontextem.

### 3.2 Diskuze o stavu české divadelní kritiky

Pokud budeme v souvislosti s vývojem české divadelní kritiky po roce 1989 pátrat po statích hodnotících její situaci, nalezneme ve velké míře především negativní hodnocení. Např. v roce 1998 zveřejnila Jana Machalická v Literárních novinách rozsáhlé pojednání s názvem „*Kdokoli může psát cokoli*“, v němž velmi konkrétně a zároveň s mnoha odsudky poukázala na nevyhovující stav divadelní reflexe v daném období, přičemž zásadní problém v markantním propadu kvality spatřovala hlavně na straně samotných kritiků. V roce 2008 si čtrnáctideník A2 v čísle 50 zvolil jako hlavní téma právě divadelní kritiku. Např. Marta Ljubková ve své stati „*Divadelní kritika v kómatu?*“<sup>8</sup> již zásadní problémy neviděla přímo na straně kritiků, ale především v silné bulvarizaci médií s jejich zájmem o mainstreamové produkce. Kromě příspěvku Jany Bohutínské s názvem „*Kde se rodí kritici*“<sup>9</sup> o možnostech jejich vzdělávání a článku Zuzany Mildeové „*Hledaná generace*“<sup>10</sup> o perspektivách nejmladších recenzentů z řad studentů zaujala také cenná anketa o vztahu kritiky a tvorby, ale i závěrečné konstatování o nutnosti (či spíše povinnosti) kultivace divadelní kritiky, k němuž bohužel po roce 1989 dle Marty Ljubkové stále ještě nedošlo.

Na tato téma pak velmi ostře zareagovala v následujícím dvojčísle A2/51-52 Lenka Jungmannová, která ho hodnotí jako nedostatečně využitě a vytýká autorkám zejména to, že se nezaměřily „*na hlubší rozbor jevů souvisejících s tímto druhem intelektuální činnosti: jaký je vztah české společnosti a divadelní kritiky?, jaké jsou sociální a mediální podmínky pro kritickou práci?, jak do tradičních představ o kritice zasáhl rozvoj elektronických médií?, jak lze dnes vnímat instituci kritiky?, jak se kritika v postmoderní teatrologii vztahuje*

<sup>7</sup> Grossman, Jan. *O kritice*. In: KOPECKÝ, Jan, ed. *Účtování a výhledy: Sborník prvního sjezdu českých spisovatelů Praha, 1948*. Praha: Syndikát českých spisovatelů, 1948, s. 304-305.

<sup>8</sup> LJUBKOVÁ, Marta. *Divadelní kritika v kómatu?*. A2 [online]. 2008, 50, [cit. 2020-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.advojka.cz/archiv/2008/50/divadelni-kritika-vkomatu>>.

<sup>9</sup> BOHUTÍNSKÁ, Jana. *Kde se rodí kritici?* A2 [online]. 2008, 50, [cit. 2020-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.advojka.cz/archiv/2008/50/kde-se-rodí-kritici>>.

<sup>10</sup> MILDEOVÁ, Zuzana. *Hledaná generace*. A2 [online]. 2008, 50, [cit. 2020-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.advojka.cz/archiv/2008/50/hledana-generace>>.

*k vědě?, atp.*<sup>11</sup>. Jungmannová sama ovšem nenabídla konkrétní odpovědi a řešení. A vzhledem k současnému stavu divadelní reflexe se zdá, že se je nepodařilo najít ani v letech následujících.

### 3.3 O současné divadelní kritice

Uměleckou divadelní kritiku lze vnímat jako poučený, odborný názor na divadelní dílo, v němž se autor-kritik snaží postihnout jeho nezachytitelnost a proměnlivost a uchovat jeho určitý otisk. Nabízí nejen zpětnou vazbu tvůrcům, ale i doporučení či varování potenciálním divákům. V neposlední řadě vytváří i určitý základ (pramen) pro další studium.

S divadelní kritikou se můžeme setkat hned na několika úrovních. Jako běžní diváci získáváme její četbou informace o inscenaci a rozhodujeme, zda dané představení v divadle zhlédneme. Kritiku můžeme využít s odstupem času jako cenný zdroj pro rekonstrukci podoby divadelního artefaktu. Divadelní ohlasy jsou důležité např. pro práci tiskových mluvčích v divadlech, kdy tyto texty slouží k vytváření obrazu divadla ve vztahu k veřejnosti (a tedy i k jeho částečné propagaci). V neposlední řadě se s kritikou setkáváme i s tvůrci, kteří jsou stále na vážkách, jak k ní přistupovat. Prolnutím všech těchto poznatků lze ale i tak nabýt dojmu, že stav současné divadelní kritiky je uspokojivý jen částečně. Zejména v poslední době se totiž čím dál tím častěji můžeme přesvědčovat o stále ubývajícím kvalitě i kvantitě současné divadelní kritiky. Jaký tedy dnes dostává divadelní kritika prostor pro své prosazení v médiích?

### 3.4 Divadelní kritika v médiích

Divadelní kritika bývá běžně dělena na reflexe určené do **odborných revuí** (tedy ty, které by měly důkladně analyzovat divadelní problémy a zevrubně rekonstruovat celou strukturu představení) a na **kritiku publicistickou** (která je převážně bezprostřední zprávou o nové inscenaci). Jelikož ale hranice mezi těmito dvěma oblastmi dnes není zcela vymezená, budu sledovat možnosti uplatnění divadelní kritiky v různých typech médií – tedy podle formy, která také může ovlivňovat její podobu.

#### 3.4.1 TIŠTĚNÁ MÉDIA

Začněme tedy u formy nejtradičtější: u kritiky v tištěných médiích.

**a)** Nejširší veřejnosti – odborné i běžné divácké – jsou v tomto ohledu nejdostupnější zejména recenze v *denících, týdenících a ostatních novinách a časopisech*. Přestože by zde měla zaměřením převažovat kritika publicistická (informační), najdeme i v této skupině texty významněji odborně pojednané.

---

<sup>11</sup> JUNGMANOV8, Lenka. *Ad A2 č. 50/2008*. A2 [online]. 2008, 51-52, [cit. 2020-04-14]. Dostupný z WWW: <<https://www.advojka.cz/archiv/2008/51-52/doslo>>.

V případě nebulvárních celostátních deníků se – pod tlakem vydavatelů – projevují různé nešvary, které ovlivňují především podobu kulturních rubrik. Pokud už tyto sekce nebyly přímo zrušeny, pak jsou do nich divadelní recenze vybírány velmi nekoncepčně a nepravidelně a přednost je dávana vybraným divadlům z centra – tedy Prahy). Zároveň se zde objevuje stále větší tlak na omezování rozsahu a celkové zjednodušování. Místo aby tak tisk svého čtenáře kultivoval, přizpůsobuje se mu. Zároveň zde platí relativně zvláštní úměra ve vztahu prostoru věnovanému reflexi kulturního dění a čteností daného titulu. Ty nejprodávanější noviny pak věnují kulturním rubrikám poměrně malý prostor a seriózní recenzentská hodnocení vytlačují zejména informačními či reklamními sděleními. To je případ zejména **Mladé fronty DNES**, kde jako divadelní redaktor působí Tomáš Šťástka<sup>12</sup>. Redakci tohoto deníku zjevně chybí i poučený editor, v jehož kompetenci by měla být korekce autorova diletantství (např. chybně používaná terminologie, kdy si autor neustále plete pojem hra a představení<sup>13</sup>). Druhý nejčtenější<sup>14</sup> deník **Právo** pak nabízí vedle argumentačně vyvážených recenzí Radmily Hrdinové, která se zaměřuje převážně na hodnocení pražských scén, svébytné reflexe Jiřího P. Kříže. Ten svou pozornost soustředí na hodnocení mimopražských inscenací. Jeho kdysi snad ocenitelné snahy se bohužel v posledních letech proměnily v rutinní a značně nevyvážené grafomanství. Autor se tak často zbytečně věnuje např. hodnocení známých dramatických předloh na úkor samotné analýzy představení, zároveň jsou jeho recenze plné floskulí, familiárních narážek a svébytně archaických expresivních slovních spojení, díky kterým jeho recenze pozbývají objektivitu hodnocení. Asi nejkonceptnější reflexi divadelního dění u nás pak podává kulturní rubrika **Lidových novin**, vedená Janou Machalickou. Právě její rozsáhlé analýzy (dostává téměř dvojnásobný prostor než Radmila Hrdinová v Právu) se pohybují na hranici publicistické a odborně zaměřené kritiky a přinášejí i časté přesahy k nadčasovým úvahám nejen o divadle. Machalická také nejsystematičtěji pokrývá výběr toho nejzásadnějšího z českého divadla (snad jen větším ignorováním divadla mimopražského). Zároveň si také pečlivě vybírá externí spolupracovníky, mezi které patří např. Jan Kerbr, Lenka Dombrovská, Martin J. Švejda, Luboš Mareček nebo Vladimír Mikulka. Hned za Lidovými novinami se vyjímá hodnocení divadelních recenzí v **Hospodářských novinách**. Volba titulů zde sice není tak systematická, nicméně především recenze Marie Reslové pak nepostrádají snahu o komplexní analýzu zhlédnutého titulu.

Publicistickou kritiku by čtenář očekával také v čtenářsky oblíbených tištěných zpravodajských týdenících. Okrajových recenzentských posouzení (z nichž řada z nich svým rozsahem do poloviny normostrany má spíše charakter glosy či trefného doporučení) se ale dočkáme pouze v týdeníku **Reflex** v rámci rubriky Labyrint kultury a **Respekt**. V **Týdnu** či týdeníku **Téma** prostor pro divadelní hodnocení v podobě odborné kritiky bohužel chybí.

---

<sup>12</sup> Tomáš Šťástka vystudoval kulturologii na FFUK. Už během školy působil na webovém portálu ČT24. Na iDNES.cz pracoval jako editor a redaktor zahraničního zpravodajství. Nyní píše pro kulturní rubriku iDNES.cz a MF DNES. Specializuje se na dění v divadle a rozhovory se zahraničními tvůrci.

<sup>13</sup> „Úvod hry zaujme živým doprovodem cella, divák v postavách na pódiu postupně rozpoznává čtyři sourozence.“ - Šťástka, Tomáš: Čekání na incest bortí hororovou Betonovou zahradu. In Mladá fronta Dnes, 2016, roč. 27, č. 55, s. 15

<sup>14</sup> Vycházím z podkladů Unie vydavatelů (<http://www.unievydavatelu.cz/cs/home>).

Lepší situace nastává v případě společensko-kulturních novin a časopisů, mezi kterými lze vyzdvihnout v momentální době se stále hledající měsíčník **Literární noviny**, v nichž se svými příspěvky prosazují recenzenti Kateřina Nechvílová, Ivan Matějka a brněnská divadla hodnotící Jaroslav Štěpaník či Luboš Mareček. Výrazněji o sobě dává vědět již delší dobu literární čtrnáctideník **A2**, do kterého kromě momentální editorky divadelní rubriky Marty Martinové přispívají zejména teatrologicky poučení kritici mladší či mladší střední generace jako je Jan Jiřík, Tatiana Brederová, Dominik Melichar, Jan Vrba, Vojtěch Poláček, Karolína Stehlíková, ale také např. i Zuzana Augustová či Nina Vangeli. Zdařilá divadelní hodnocení zkušeného kritika Jana Kerbra se pak od poloviny roku 2014 objevují také v měsíčníku společnosti Unijazz **UNI**, kde tento recenzent navázal na Alexe Švamberka a Petra Slabého.

**b)** V opozici k publicistické kritice by měla stát **odborná divadelní periodika**, systematicky informující o divadelním dění a reflektující současnou tvorbu. V této oblasti ovšem zůstává čtenář trochu na pochybách už jen z hlediska počtu takových titulů. Pokud jde o reflexi činohry, může čtenář čerpat informace systematictěji vlastně jen ze dvou periodik: čtrnáctideníku **Divadelní noviny** a dvouměsíčníku **Svět a divadlo**. Počet je to zanedbatelný, zároveň určitým problémem obou periodik je, že zůstávají relativně nedostupné právě širší veřejnosti a přicházejí tak i o zdroje financování. A to zejména Divadelní noviny mají – vzhledem ke své momentální koncepci s přesahy k popularizačním rozhovorům, memoárovým statím či k jiným oblastem umění, zejména filmu – potenciál zaujmout i širší publikum z řad běžných diváků. Na rozdíl od SADu, který směřuje k intelektuálněji vyhraněným čtenářům z řad divadelních tvůrců či badatelům. Jeho forma dvouměsíčníku navíc neumožňuje bezprostřední reflexi, přičemž výběr témat někdy pozbývá systematickou koncepcí.

Zbytek u nás tiskem vydávaných odborných divadelních periodik je buď zaměřen na odbornou reflexi divadla s důrazem na jeho teorii a historii (**Divadelní revue** nebo **Theatralia**), případně jsou tato periodika tematicky zaměřená na určitou oblast divadla (amatérské: **Amatérská scéna**, pro děti a mládež: **Divadlo pro děti**, loutkové divadlo: **Loutkář**, dramatická výchova: **Tvořivá dramatika**, taneční a pohybové divadlo: **Pam Pam, Taneční zóna**, či hudební divadlo) a na divadelní recenze v nich většinou není vhodný prostor.

### 3.4.2 INTERNET

#### a) Divadelní webové portály

V rámci čistě divadelní publicistiky zatím oblast internetu jako zprostředkovatelského média nenašla na profesionální bázi výraznější uplatnění. V podstatě můžeme nalézt jen jeden ryze divadelní webový a poměrně nešťastně a nepřehledně strukturovaný portál nazvaný **O divadle** ([www.odivadle.cz](http://www.odivadle.cz)). Vydává jej společnost Thespis s.r.o. v čele s její zakladatelkou Janou Smetánkovou (Kolářovou) a za někdejšího přispívání zkušené novinářky Marty Bystrovové, dále dramaturgyně Kristýny Čepkové a dalších externích autorů. Bohužel ani ta nejbystřejší intuice momentálně navede čtenáře k požadovaným článkům a ze

stránek se stává nedobytný labyrint. Osobitě pojat je blog **Nadivadlo** (<http://nadivadlo.blogspot.cz/>), do něhož svými co nejuvštěžnějšími a rozsahem záměrně krátkými recenzent-skými „šlehy“ přispívají zkušení autoři, z nichž nejpłodnější jsou Vladimír Mikulka, Martin J. Švejda, Jakub Škorpil a Vojtěch Varyš. Právě oni se nebojí vstoupit do kontroverze nejen se svými kolegy, ale zejména samotnými tvůrci. Ačkoli je řada příspěvků až extrémně odsuzujících, jsou vždy podloženy poučenou a adekvátní argumentací. Tento žánr hodnocení v oblasti divadelní reflexe chyběl a je zpestřením našeho tak trochu sterilního kritického prostředí.

#### **b) Zpravodajské webové portály s kulturními rubrikami a kulturní webové portály**

Čtenáři se mohou také obracet k rozmanitým zpravodajským webovým portálům s kulturními rubrikami. Slušná divadelní kritika nalézá prostor v rámci portálu **Aktuálně.cz**, do kterého momentálně pravidelně přispívají zkušený recenzent Saša Hrbotický (čínohra), Barbora Čiháková (nový cirkus, čínohra), Michaela Rochovanská (muzikály, čínohra), Nina Tiliu či Tatiana Brederová. Poctivý přístup k hodnocení divadelního umění pak nalezneme v případě zkušené novinářky (mj. redaktorky literárně dramatické redakce Českého rozhlasu) Alena Zemančíková, která momentálně přispívá do zpravodajského portálu **Deník Referendum**.

Vedle šířeji zaměřených zpravodajských webových portálů s kulturními rubrikami nalézáme také stále se proměňující nabídku *kulturních webových portálů*, z nichž bohužel ty nejzdařilejší zanikají. Sympatickým projektem byl ještě do konce minulé sezony portál **Kulturissimo.cz** (<http://www.kulturissimo.cz>), který – jak se z jeho webové prezentace dozvídáme – ukončil po téměř pěti letech z ekonomických důvodů provoz pro nedostatek financí na provoz portálu. Je škoda, že čtenáři přijdou o poměrně kultivované recenze, z nichž nejvíce zaujaly ty od teatrologa Vojtěcha Poláčka, ale i Zuzany Rafajové, Kateřiny Svátkové či na brněnskou scénu se zaměřující Simony Barešové.

Z dalších kulturních webových portálů uvedu spíše jako odstrašující případy ty, které jsou sice finančně zajištěny skrze reklamu, nicméně nabízejí účelová hodnotících pojednání. Taková je **Generace21** (<http://generace21.cz>) – projekt zacílený na mladou generaci, která většinu svého života zažívá ve 21. století, nebo portál **Informuji.cz**. Pro oba případy je příznačná povrchnost, neznalost divadelní terminologie, malá orientace v kontextu divadelní historie a větší absence kritického soudu. Na závěr bych pak zmínila portál **Scéna.cz** ([www.scena.cz](http://www.scena.cz)), který – aby byl výdělečný – požaduje od příslušných divadel platbu za inzerci, která je zásadní podmínkou pro sledování divadla a následné zveřejňování nepřiliš kvalitních recenzí. S tímto přístupem jsem se setkala právě v době mého působení v pozici tiskové mluvčí Moravského divadla a z principu jsem na něj nemohla přistoupit.

#### **c) Studentské projekty**

Prostředí internetu dává také skvělý prostor pro řadu studentských projektů. Tyto snahy považuji za velmi sympatické, nicméně je třeba brát v úvahu také jejich ryze specifickou funkci – tedy zejména to, že se skrze ně studenti učí, tříbí své názory a získávají zkušenosti



(jsou srovnatelné např. s funkcí školského, jezuitského divadla). Pro dobré fungování takových projektů je ale také nezbytné dobré pedagogické vedení v podobě začlenění do výuky a konzultování jednotlivých příspěvků, jinak mohou tyto projekty čekat i chvíle nezdarů a zmaru, neboť jejich životnost většinou závisí na nadšení samotných autorů. Dobré je zdravě a vyváženě zkombinovat nadšení studentů se studijními povinnostmi. Ohledně těchto výtek vycházím z pozorovatelských zkušeností zejména portálu Divá báze ([www.divabaze.cz/](http://www.divabaze.cz/)), který nyní nově spravuje Katedra divadelních, filmových a mediálních studií FF UP v Olomouci a který byl dlouhou dobu plněn pouze PR příspěvky jednotlivých divadel. Pražskou divadelní vědu zde reprezentují velmi agilní Divědové na blogu ([diveдове.blogspot.com](http://diveдове.blogspot.com)) a v případě brněnské Katedry divadelních studií FF MU se nově rozjíždí Kritické theatrum neboli KriTh ([krith.phil.muni.cz](http://krith.phil.muni.cz)), které navazuje na někdejší RozRazil online. Uvidíme, kam se sympatické projekty posunou a nakolik studenti vydrží pravidelně informovat o současném divadelním dění. Třeba se jim po čase podaří realizovat dokonce i tištěná periodika – jako se to daří v případě časopisu HYBRIS, který vydává katedra teorie a kritiky DAMU v Praze ([www.hybris.cz/](http://www.hybris.cz/)).

### 3.4.3 ROZHLAS A TELEVIZE

Poslední oblastí, které se budu věnovat, jsou dvě veřejnoprávní média – tedy **Česká televize** a **Český rozhlas** – instituce, které mají ze zákona zaručovat kromě vyvážené funkce informační také roli kulturní a zprostředkovávat tak materiály, v nichž se naše kultura odráží. V případě vztahu divadelní kritiky a těchto dvou institucí se před námi rozevírají ony pomyslné nůžky a vystupují před nás dva oponenti, kteří s možností reflexe divadla zacházejí velmi protichůdně. V případě České televize je to příležitost značně nevyužitá, nebála bych se být velmi kritická a říci, že v posledních letech přímo ignorovaná. Přitom právě audiovizuální médium TV vysílání by mohlo poskytovat nejvhodnější podmínky, jak např. zachytit obrazovou podobu představení.

Ve vysílání České televize momentálně najdeme pouze 2 pravidelné pořady, v nichž lze velmi omezenou možnost formu divadelní kritiky reflexe. Jedná se o **Události v kultuře** a týdeník **ArtZóna**. Pořad **Události v kultuře** má – vzhledem ke svému pouze patnáctiminutovému rozsahu – víceméně informační charakter. **ArtZóna** se definuje jako informačně-kritický magazín, který chce přinášet nejčerstvější informace z tuzemské i zahraniční kulturní scény ve všech oblastech i žánrech. Každý díl se skládá ze tří tematických bloků. První patří hostu, inspirativní osobnosti tematicky spojené s aktuálním děním v kultuře, na který navazuje reflexe kulturních událostí uplynulého týdne, a ve třetí části hosté probírají vybraný kulturní fenomén. Kritické hodnocení divadla je zde vedeno formou krátkého rozhovoru s divadelním kritikem či odborníkem na danou divadelní oblast a na základě několika relativně tendenčních otázek se moderátor táže na určité téma spojené s hodnocenou událostí (festivalem, divadelní inscenací). V souvislosti s pořadem **ArtZóna** je spuštěn i stejnojmenný [webový portál](#), který přináší výběr toho nejpozoruhodnějšího z dění ve světě výtvarného umění, literatury, hudby, divadla a filmu. V přehledné podobě na něm čtenáři naleznou rovněž kulturní záznamy z archivu České televize. Jeho šéfredaktorem je Josef Chuchma, který spolupracuje například s Jiřím Flíglem, Alenou Müllerovou, Jiřím

*Mediální prostor pro divadelní a rozhlasovou publicistiku: tištěná média, internet, rozhlas a televize.*

Podzimkem, Petrem Vizinou či Martinem Zoulem a řadou dalších. Je vlastně docela absurdní, že televize coby audiovizuální médium, které by vizualitu divadelního artefaktu mohlo postihnout nejnadhodněji ze všech médií, nevěnuje hodnocení divadla prakticky žádný samostatný pořad.

Protipól k této televizní ignoraci hodnocení divadla pak nabízí **Český rozhlas**. Odborná divadelní reflexe je zde soustředěna zejména do vysílání stanice Vltava, která – na rozdíl od stále se hledajícího kanálu Art České televize – funguje delší dobu a již se tedy opírá o prověřené kvality. Vltava tak dává poměrně velký prostor reflexi současného umění obecně, a to zejména díky pořadu **Mozaika**, který je ve všední den vysílán v několika blocích. Zde je možné každý den slyšet divadelní hodnocení ve formě zhruba desetiminutové rozpravy moderátora a zkušeného divadelního kritika (Vladimír Mikulka, Jana Soprová, Pavla Bergmannová, Marcela Magdová). Kritický pohled na divadelní dění – zasazené ovšem do širšího kontextu – nabízí rovněž třicetiminutový pořad **Akcent**, který ovšem není zaměřen výhradně na divadlo, ale střídají se tu jednotlivá témata z různých oblastí kultury.

Problematická je ovšem archivace televizních i rozhlasových příspěvků a jejich další využití nejen pro potřeby divadel (propagace), tvůrců, ale i např. badatelů. Recenze a další příspěvky jsou sice v archivech ČT a Českého rozhlasu k dispozici, nicméně jejich zprostředkování dále je složitější – než např. vyvěšení výstřižku z novin či odkazu na web. Některé recenze pak mají přepis, takže se s ním dá jednodušeji pracovat. To je ovšem jen drobná vada...



## **SAMOSTATNÝ ÚKOL**

### **Hodnocení mediálního prostoru pro filmovou a TV publicistiku**

Pokyny pro vypracování:

- 1) Z nabídky novin a časopisů (tištěných i internetových), případně z uvedených webových portálů (viz seznam níže) si zvolte dva tituly – jeden tištěný, druhý internetový. Tato periodika budete následně hodnotit – zejména s důrazem na to, jak se zaměřují na oblast divadelní kritiky, ale i na reflexi divadla v nejširších souvislostech.
- 2) Obě periodika pečlivě prostudujte, v případě tištěných titulů se zaměřte minimálně na pět jednotlivých čísel, ideálně z různých ročníků. Pokud tištěná periodika neodebíráte, zapůjčte si je v knihovně. Zaměřte se na jejich kritické posouzení, zejména na:
  - zhodnocení zaměření periodika, jeho koncepce a struktury (jednotlivé rubriky),
  - zhodnocení odborné, popularizační, kritické i stylistické úrovně rubrik,
  - zhodnocení kladů i záporů média (struktura, přehlednost, proporčnost), případně i grafické úrovně.

- 3) Své hodnocení zpracujte písemně do podoby bodového scénáře, jednotlivé údaje rozveďte a zdůvodněte.
- 4) Struktura zpracování:
  - délka existence média (od kdy časopis/webový portál vychází, jaká je četnost vydávání),
  - zacílení/zaměření média (pro jaký okruh čtenářů je časopis/web určen – laici, amatérští divadelníci, široká veřejnost, divadelní veřejnost atp.),
  - složení redakce a externí přispěvatelé (jména, která se pravidelně objevují, ale nejsou uvedena v tiráži),
  - struktura média (z jakých rubrik je časopis/web tvořen, jaké žánry se zde objevují nejčastěji),
  - vlastní hodnocení (jak významné postavení příslušné médium zas významné v rámci ČR, zda přináší něco nového, zda je přínosné).
- 5) Rozsah: min. 1 nms. Úkol odešlete dle domluvy vyučujícímu. V případě nejasností či nemožnosti sehnat tištěná periodika kontaktujte pedagoga ohledně další domluvy.

### 1) Tištěná média

#### Česká odborná divadelní periodika (tištěné verze)

- Czech Theatre – [www.idu.cz/cs/o-nas/projekty-a-infoportaly/977-czech-theatre-magazine](http://www.idu.cz/cs/o-nas/projekty-a-infoportaly/977-czech-theatre-magazine)
- Divadelní noviny – [www.divadelni-noviny.cz](http://www.divadelni-noviny.cz)
- Divadelní revue – [www.divadelnirevue.cz](http://www.divadelnirevue.cz)
- Loutkář – [www.loutkar.eu/](http://www.loutkar.eu/)
- SAD (Svět a divadlo) – [www.svetadivadlo.cz](http://www.svetadivadlo.cz)
- Taneční zóna – [www.tanecnizona.cz/](http://www.tanecnizona.cz/)
- Theatralia – [www.phil.muni.cz/journals/index.php/theatralia](http://www.phil.muni.cz/journals/index.php/theatralia)
- Tvořivá dramatika – [www.drama.cz](http://www.drama.cz)

### 2) Internetová média

#### Webové portály s kulturními (a divadelními) rubrikami, kulturní portály a blogy

- Aktuálně.cz (jen rubrika Divadlo) – [www.aktualne.cz](http://www.aktualne.cz)
- Nadivadlo – <http://nadivadlo.blogspot.com/>
- O divadle – [www.odivadle.cz/](http://www.odivadle.cz/)
- Ostravan.cz (jen rubrika Divadlo) – [www.ostravan.cz](http://www.ostravan.cz)
- Scéna.cz – [www.scena.cz](http://www.scena.cz)

#### Studentské projekty divadelních portálů

- Divá báze – [www.divabaze.cz](http://www.divabaze.cz)
- HYBRIS – [www.hybris.cz](http://www.hybris.cz)
- Kritické theatrum – <https://krith.phil.muni.cz/>

#### Periodika zaměřená n hudbu (mj. i hudební divadlo)

- Harmonie – [www.casopisharmonie.cz](http://www.casopisharmonie.cz)
- Hudební rozhledy – [www.hudebnirozhledy.cz](http://www.hudebnirozhledy.cz)
- OperaPlus – [www.operaplus.cz/](http://www.operaplus.cz/)



## **SHRNUTÍ KAPITOLY**

V této kapitole se studenti seznámili se stavem současné české divadelní kritiky a zmapovali mediální prostor, ve kterém se divadelní kritika může uplatnit. Na základě analýzy jednotlivých specializovaných divadelních časopisů studenti rovněž zaznamenali možné podoby specializovaného divadelního periodika. Příčiny omezování prostoru pro divadelní kritiku lze hledat zejména v podfinancování této oblasti (ať již ze strany majitelů médií – novin a časopisů, ale i například ze strany státu a dotací). K nestabilitě pak přispívá i podfinancování činnosti zejména externích kritiků a recenzentů, která neumožňuje jistý kontinuální vývoj a řada z nich hledá uplatnění raději někde jinde. Prostor pro divadelní kritiku lze označit za nedostatečný.

---

## 4 OSOBNOSTI ČESKÉ DIVADELNÍ A ROZHLASOVÉ PUBLICISTIKY (SOUČASNOST), JEJICH STYL A VÝRAZOVÉ PROSTŘEDKY.

### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Cílem této kapitoly je představit studentům výrazné osobnosti současné české divadelní a rozhlasové publicistiky, a to zejména s odkazem na aktuální podoby žánru divadelní kritiky. Důraz je kladen na samostatnou četbu kritik i textů, v nichž čeští kritici reflektují současné nejen české divadlo. Studenti se tak mohou obeznámit se zásadami kritického psaní (styl a výrazové prostředky, proměny kritického rukopisu, odborná erudovanost kritiků, důraz na kritickou analýzu inscenace apod.). Současně se učí skrze kritickou reflexi vnímat a hodnotit konkrétní divadelní díla.

### CÍLE KAPITOLY



V rámci studia této kapitoly se student:

- seznámí se jmény a tvorbou hlavních představitelů české divadelní a rozhlasové publicistiky,
- seznámí se s různými styly kritického psaní s ohledem na různé typy médií (tištěné odborné periodikum, studentský web),
- seznámí s principy a zásadami kritického psaní pro divadlo a rozhlas.

### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



2 hodiny

### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Publicista, kritik, recenzent, divadelní kritik, divadelní kritika, divadelní recenze.

## 4.1 Kdo je divadelní kritik?

Zajímá se divadelní kritik pouze o uměleckou hodnotu díla? Odkud kritik bere měřítko, na jejichž základě by byl s to hodnotu stanovit? Jaká je jeho kompetence, jež mu dovoluje umělecká díla soudit? Odpověď není jednoduchá. Kritik by měl vycházet z díla, ze vztahu jeho výrazové a významové kvalitativní stránky a jednoty, z jeho tvarové stylizace, v níž se promítá umělecký záměr. Teprve na základě této tvůrčí poetické intence, která tvoří smysl díla, může vyslovit soud, jenž lze zdůvodnit, a tedy i ospravedlnit. Všeobecně lze shrnout, že prvním úkonem skutečné kritiky je ztotožnění s úmyslem a dílem umělce, ovšem následně druhým úkonem musí být kritický soud díla. Každý divadelní kritik je ve svém názoru značně subjektivní, a proto by se neměl na účet herců a režisérů předvádět, jelikož se i on může ve svém soudu často zmýlit.

Autoři divadelních inscenací jejich stylizací vzbuzují ve vnímání hodnotící aktivitu. Estetické hodnocení pak spočívá ve vyhodnocení atraktivity či averzity funkčních prvků díla. Tato aktivita závisí kromě obecných psychologických, antropologických a sociologických předpokladů také na zkušenosti vnímatele, znalosti estetických norem a specifického uměleckého jazyka, na jehož pozadí dílo vzniká. V takovémto pojetí aktivní hodnotící účasti je již zapojen moment kritického soudu o díle. U laických recipientů je tento kontakt s uměleckým dílem ukončen obecným soudem, který je vymezen polaritou líbí–nelíbí. Profesionální kritik ale musí uvažovat o důvodech, které ho vedly k výslednému hodnocení.

Rozlišením vlastních předpokladů a mezí a objektivních vlastností díla plynoucích z esteticky hodnotového záměru autora dochází kritik ke kvalifikaci díla, v níž přesahuje svou subjektivitu, dospívá k intersubjektivnímu závěru, který je zdůvodnitelný a umožňuje nárok na konsenzuální přijetí. Zdeněk Hořínek ve své stati *Kritický paradox*<sup>15</sup> rozvíjí otázku, jaký by měl divadelní kritik vlastně být. Dochází k závěru, že recenzent by měl mít cit pro nedostatky jednotlivých inscenací. Považuje to ovšem pouze za výchozí a částečný předpoklad kritičnosti. K tomu, aby kritik poznal, co je špatné a hloupé, musí nejprve mít představu dobrého a krásného. Kritika je v tomto pojetí dvojjediným procesem rozlišování a hodnocení. O kritice pak lze hovořit pouze tehdy, posuzuje-li recenzent celý komplex jevů, které tvoří určitý svébytný systém, snaží-li se pochopit jeho zákonitosti, strukturu a funkci. Teprve pak je možné kriticky posoudit, co optimální tvar narušuje, v čem jsou vady a nedostatky jeho skladby. Kritický diskurs je tedy proces, jehož články tvoří popis, analýza, interpretace a hodnocení.

Recenzent musí při autorském postupu překonávat různé obtíže, z nichž nejzřetelnější je ta, že umělecký výtvar je svou podstatou konkrétní, zatímco norma, podle které recenzent postupuje, musí být obecná, pokud má plnit funkci obecného měřítka. Recenzent musí vycházet z prožitku estetické hodnoty díla a musí být především citlivým a vnímavým recipientem díla. Zdůvodnění svého soudu pak musí hledat v analýze tvarových prvků díla,

---

<sup>15</sup> Hořínek, Zdeněk. 2001. Kritický paradox. In *Divadelní revue* 2001, č. 4.

kteří byli schopni při svém přijetí díla postihnout. Tyto prvky by měl vyhodnotit odhlížeje od své momentální subjektivní dispozice.

#### **4.1.1 KRITÉRIA DIVADELNÍ KRITIKY**

Divadelní kritik má znát měřítka, na jejichž základě bude schopný soudit umělecká díla:

- musí vycházet z prožitku estetické hodnoty díla a musí být vnímavým příjemcem díla (pak lze kriticky posoudit, co tvar narušuje, v čem jsou vady a nedostatky jeho skladby)
- musí hledat zdůvodnění svých soudů v analýze tvarových prvků díla, které je schopen při přijetí díla postihnout
- kritika = proces, který tvoří popis, analýza, interpretace a hodnocení
- měl by vše vyhodnotit odhlížeje od své momentální subjektivní dispozice (odlišit vlastní předsudky vůči dílu a jeho objektivní vlastnosti plynoucí z esteticky hodnotového záměru)
- neměl by se na účet herců a režisérů předvádět: jeho objektivita závisí na argumentech, které pojmenuje
- jde o obor umělecké kritiky, ten je organicky a nevyhnutelně svázán s teorií a historií divadla

#### **4.1.2 ZÁKLADNÍ ZNAKY TYPICKÉ PRO KRITICKÉ PSANÍ O DIVADLE**

Divadelní kritika je účelová záležitost: zhodnotí a popíše představení, někdy dospěje k pokusu o interpretaci smyslu nastudované inscenace, musí být aktuální.

- s derniérou se kritika stává historickým připomenutím něčeho, co neexistuje, pramenem pro badatele (je nenahraditelná pro rozvoj divadla a orientaci a kultivaci diváků: je svědectvím o dobové společenské a umělecké hodnotě pomíjivého divadelního díla)
- měla by o díle vypovídat, nikoli být jen osobním názorem recenzenta (hlubší analýzu je nutno doložit argumenty)
- je specifická: na rozdíl od ostatních druhů umění je divadlo živé umění a je také problematičtější inscenaci popsat (kritik obvykle zhlédne jen jednu reprízu, a to v určitém stádiu, inscenace se ale může dál vyvíjet)
- čtenářská recepce kritických textů je odlišná: divák nepřiměřenost tvůrčího a kritického přístupu nevnímá a kritiku hodnotí podle toho, jak je napsána, případně konfrontuje názor recenzenta se svým zážitkem

#### **4.1.3 AUTORSKÉ LIMITY DIVADELNÍ KRITIKY**

Nutno počítat s limity jednotlivých divadelních kritiků

- často se nedokáží oprostít od literárních vlivů: u inscenací se věnují hlavně rozboru dramatického textu a méně analyzují ostatní složky, to by nemělo platit

*Osobnosti české divadelní a rozhlasové publicistiky (současnost), jejich styl a výrazové prostředky.*

- měli by mít zkušenosti s praktickým divadelním životem, tedy vědět, jak inscenace skutečně vzniká (ale jen velmi málo kritiků to splňuje)
- měli by znát text hry/předlohy a rozlišovat mezi nedostatky, jejichž příčinou byl text, a nedostatky inscenačními



## **SAMOSTATNÝ ÚKOL**

Pokyny pro vypracování:

1. V Moodle (kapitola 4) si z odkazu Osobnosti české divadelní a rozhlasové publicistiky stáhnete a následně důkladně prostudujete dané podklady: reflexe divadelních představení pohledem jednotlivých českých kritiků. Spektrum informací můžete rozšířit vyhledáním dalších textů např. prostřednictvím internetu.
2. Z daného přehledu si zvolte jednoho divadelního kritika a detailně prostudujete 5-7 jeho divadelních reflexí. Další texty dohledejte na internetu, případně v tištěných verzích médií, do kterých daná osobnost přispívá. Nemusí se jednat jen o recenze či kritiky z poslední doby, lze srovnávat i texty starší.
3. Na základě přečtených a analyzovaných textů vytvořte krátkou charakteristiku autora: vyjmenujte média (noviny, časopisy, webové portály...), do kterých přispívá, zaměřte se na rozsah recenzí a kritik, jejich obsah, styl a jazyk (pokuste se postihnout, zda se vám daný autor jeví jako objektivní, či naopak ironický a výrazně kritický, o čem všem v recenzi referuje, čeho si všímá, jakou to má strukturu, jaký k tomu používá jazyk – zda si je jistý v terminologii, zda píše odborně či dostupně pro nejširší veřejnost).
4. Rozsah min. 1 nms, text lze psát ve formě stručných bodových poznámek a postřehů.



## **SHRNUTÍ KAPITOLY**

V této kapitole se studenti seznámili s osobnostmi české divadelní a rozhlasové publicistiky, a to zejména s odkazem na aktuální podoby žánru divadelní kritiky. Vycházeli jsme zejména z četby kritik i textů, v nichž reflektují současné divadlo a rozhlasovou tvorbu. Studenti se tak obeznámili se zásadami kritického psaní (styl a výrazové prostředky, proměny kritického rukopisu, odborná erudovanost kritiků, důraz na kritickou analýzu inscenace apod.). Současně se prostřednictvím kritické reflexi učili vnímat a hodnotit konkrétní divadelní díla.



## 5 ANALÝZA A INTERPRETACE VYBRANÝCH TEXTŮ.

### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Cílem je seznámit studenty s „potenciálem“ současné divadelní kritiky. Na příkladu ukázek různých forem a podob reflexí divadelních titulů si studenti ujasní své teoretické znalosti týkající se jednotlivých kritických žánrů (zejména recenze a kritika). Na základě analýzy textů, jejichž autory jsou současní čeští divadelní kritici, se posluchači zaměří na různá hlediska hodnocení divadelních inscenací (teatrologické, žurnalistické, jazykové aspekty). Osvojí si tak principy interpretace divadelních děl a jejich zprostředkování písemnou formou a získají odborný základ pro vlastní kritickou tvorbu.

---

### CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly bude student:

- seznámen se specifiky divadelní kritiky, jejím předmětem, funkcí a formou,
  - seznámen s typologií kritického psaní o divadle,
  - umět odlišit specifika tištěné a webové kritiky.
- 

### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



4 hodiny

---

### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Kritika, recenze, specifika divadelní kritiky.

---

## 5.1 Smysl (a účel) kritikovy práce

Hlavním úkolem divadelní reflexe je **vysslovit hodnotící soud a zdůvodnit jej**. To je vždy spojeno s jistou odvahou a osobním nasazením. Kritické hodnocení může:

- napomoci čtenáři představení lépe pochopit (vždy ale jde o subjektivní soud),
- varovat či doporučit titul ke zhlédnutí,
- zaznamenat popsat kontakt publika s divadlem, který je vždy na každém představení jiný (je důležité vydání kritik zmiňovat, ze kterého uvedení je reflexe psána).

Dané reflexe ale především hodnotí divadelní umělecké dílo, které má složitou strukturu a každý kritik k němu přistupuje ze svého zorného úhlu pohledu. Postoje kritiků se mohou značně lišit, což ovlivňují jejich:

- různé životní zkušenosti,
- různé znalosti (kritik by měl být široce vzdělán, musí sledovat nové trendy),
- různé vnímání složité a těžce postižitelné struktury divadelního díla, která ke každému kritikovi promlouvá různě.

## 5.2 Význam a funkce divadelní kritiky

Divadelní kritika má různé funkce, které se liší s ohledem na její různé příjemce:

- **diváci** – kritika jim zprostředkovává výklad díla a výchovnou funkci (kritik by proto měl vždy vědět, pro jaké čtenáře píše),
- **divadelníci** – dostávají skrze kritiku zpětnou reflexi (byť tvůrci tvrdí, že kritiku nepotřebují, vždy ji ale pečlivě sledují)
- **divadelní historici** – kritika se pro ně stává nezbytným a – je-li kvalitně napsaná – i cenným pramenem pro pozdější bádání (dokumentuje, jak a kým bylo dílo přijímáno, tedy tzv. otisk díla, který je často jediným pramenem o divadelní inscenaci)

## 5.3 Dělení divadelní kritiky

Kritické psaní o divadle se odlišuje podle povahy média, pro které jsou texty vytvářeny.

### 5.3.1 DIVADELNÍ REFLEXE V ODBORNÝCH REVUÍCH

Nabízí důkladný rozbor specificky divadelních problémů inscenace:

- je určena především tvůrcům divadelních inscenací a zájemcům o divadlo,

- základem je: zevrubná rekonstrukce celé struktury představení (určení místa každé složky v něm, stanovení podílu jednotlivých umělců),
- inscenaci také řadí do divadelního kontextu tvorby toho kterého souboru, i do celkového kontextu divadelního dění.

### 5.3.2 KRITIKA PUBLICISTICKÁ (NOVINOVÁ, ROZHLASOVÁ, TELEVIZNÍ)

- je to časově pohotová (vzniká bezprostředně po představení) bezprostřední zpráva o nové inscenaci (v Evropě se kritiky nejčastěji *píší z premiér*),
- výhoda pro tvůrce: kritika je může inspirovat k další práci na inscenaci
- výhoda pro potenciální návštěvníky divadla: důležité je, aby byl text zveřejněn co nejdříve po napsání
- nevýhoda premiérové kritiky: vzhledem k tomu, že se jedná o představení většinou nestandardní (titul se ještě neusadil a premiérové publikum bývá většinou nadprůměrně vstřícné), bylo by vhodnější pořizovat kritiku spíše z počátečních repríz.

### 5.3.3 CÍLE DIVADELNÍ KRITIKY

- informovat, doporučovat, případně odrazovat,
- prosazovat vlastní názor,
- postihnout specifické divadelní kvality inscenace a vést diváky,
- najít hlavní problém inscenace, pojmenovat ho a rozvést (zaměřit se na konkrétní popis inscenace → scénografie, kostýmy, herectví...),
- omezit se ve vyjádření na to podstatné a informovat správně,
- zhodnotit vazbu mezi tvůrci a diváky: uspěje-li představení u diváků, kritik musí posoudit, zda to bylo způsobeno regulárními uměleckými prostředky
- nezaměřovat se jen na hodnocení textu (specifikum divadla je realizování textu na scéně prostřednictvím hereckých výkonů, výtvarné, hudební, taneční složky, kupodivu ale bývá opomíjeno).

### 5.3.4 KRITICKÝ STYL

- je dán charakterem média, pro které je kritika psána,
- pestré divadelně-kritické formy: zprávy, referáty, glosy, recenze, kritické fejetony, rozhovory, profily (medailony umělců), zevrubné analýzy inscenace...
- nároky na kritiku jsou vysoké, i když je její role nesnadná: má zaznamenat dílo, které po odehrání mizí a následně prochází změnami,
- kritik se setkává s artefaktem, který probíhá v nevratném čase, je tedy závislý na aktuálním zážitku



## K ZAPAMATOVÁNÍ

Dobrá kritika je ta, při jejímž čtení si i po letech dokážeme představit, jak představení vypadalo!

---

Kritika vždy řeší přítomnost a soudí současné umění, ale kritik vše musí vidět v kontextu historických událostí. Měl by tedy:

- umět uplatnit na současné dění historickou perspektivu, tedy znát a poznat to, nač dílo reaguje, zasadit ho do kontextu předcházejících etap i současných trendů a svůj postoj opřít o poznání historie a teorie, a na základě toho určit, zda dílo přináší něco nového,
  - měl by být schopný prosadit/vyjádřit vlastní postoj vůči dílu,
  - měl by být divadlu prospěšný a svou analýzou se ho snažil posouvat dál,
  - neměl by zavírat oči nad nedostatky divadelního díla a opomíjet jeho chyby (v negativní kritice vždy jde o podstatu věci, nikdy by neměla být mstivá),
  - měl by být zásadový a náročný.
- 



## KORESPONDENČNÍ ÚKOL

V Moodle u kapitoly 5 naleznete složku nazvanou „Inscenace Maryša – kritické reflexe“. Ta obsahuje dva soubory – kritická hodnocení inscenací *Maryša* Jana Mikuláška (Národní divadlo Praha, premiéra 2017) a Janky Ryšánek Schmiedtové (Divadlo Petra Bezruče Ostrava, 2018). Jednotlivé texty si pečlivě přečtěte a poté písemně vypracujte odpovědi na následující okruhy otázek:

- 1) Pokuste se rozdělit texty podle žánru na recenze a kritiky. Zdůvodněte své rozhodnutí. Jak se podle vás liší texty v obou skupinách?
- 2) Vyberte nejzdařilejší texty z kategorie kritiky a taktéž v případě recenze. Zdůvodněte své rozhodnutí.
  - zmiňte, nač se autoři textů při hodnocení divadelního titulu (představení) soustředili, co případně opomíjejí,
  - popište strukturu (výstavbu) kritiky a recenze,

- najděte místa, kde autoři přesvědčivě argumentují.
- 3) Jaké jsou podle vás vlastnosti dobrého textu referujícího o divadelní inscenaci?
  - 4) Vyberte dle svého zvážení nejméně zdařilé kritiky a recenze a popište jejich nedostatky (nulová argumentace, stylistická nevyváženost, špatně používaná terminologie atp.).
  - 5) Narazili jste v některých textech na odborné výrazy, kterým nerozumíte?
  - 6) Pokud jste analyzované inscenace zhlédli, zkuste několika větami shrnout svůj názor na ně. Jak se vaše hodnocení shoduje s informacemi v textech?
  - 7) Vyberte kritiku či recenzi, která je vašemu hodnocení nejbližší. Zdůvodněte.
  - 8) Zamyslete se nad tím, jak byste text recenze či kritiky coby kritik koncipovali vy!

Jednotlivé odpovědi stručně písemně formulujte, tento podklad zašlete dle domluvy vyučujícímu.

---

## SHRNUTÍ KAPITOLY



Tato kapitola studenty seznámila s specifiky a podobami současné české divadelní reflexe. Na základě čtení textů a jejich analýzy studenti získali zejména přehled o možnostech uplatnění divadelní recenze a kritiky. Zaměřili jsme se také na osobnost divadelního kritika a jeho požadované potřebné schopnosti a znalosti, které jsou nezbytné pro co nejkomplexnější zhodnocení složitě strukturovaného divadelního díla – inscenace. Posлуhači získali odborný základ pro vlastní kritickou tvorbu.

---

## 6 MEDIÁLNÍ PROSTOR PRO FILMOVOU A TV PUBLICISTIKU: TIŠTĚNÁ MÉDIA, INTERNET, ROZHLAS A TELEVIZE.



### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

Kapitola nabízí přehled o současném českém mediálním prostoru určeném pro filmovou a televizní publicistiku. Sleduje především soudobou situaci na trhu s tištěnými časopisy zaměřenými na reflexi filmového a televizního umění, nezbytné je i zmapování internetového prostředí, kam zejména filmově zaměřená publicistika směřuje svá hodnocení. Pozornost je věnována také rozlišení základních dvou typů filmových časopisů – odborných a komerčních.

---



### CÍLE KAPITOLY

Po prostudování této kapitoly bude student schopen:

- orientovat se v prostředí české filmové a televizní publicistiky,
  - odlišit odborně a komerčně zaměřené periodikum,
  - zhodnotit strukturu filmového časopisu.
- 



### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU

2 hodiny

---



### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Filmová a televizní kritika, filmový časopis, filmový magazín, tištěná média, digitální média, filmový webový portál.

---

## 6.1 Mediální prostor pro filmovou a TV publicistiku

Filmová a televizní kritika nabízí odborná reflexe filmových a televizních děl a vlivů na ně, včetně analýzy trendů a vln. Teoreticky vychází jak z konceptů uměnověd, tak z vlastních rámců, pracuje s vlastní terminologií a metodologií. Je příbuzná kritice literární a publicistické.

Jako obor se filmová kritika formovala na přelomu 20. a 30. let 20. století, v okamžiku, kdy filmová avantgarda vnesla do kinematografie formální i obsahovou závažnost uměleckého díla. O filmu publikovali nejen recenze, ale teoretizující statě odborníci z jiných oborů (zejména literární věda a estetika – např. Louis Delluc, Béla Balász, Rudolf Arnheim, Guido Aristarco, Siegfried Kracauer), případně samotní autoři (v Anglii např. Paul Rotha, u nás Jan Kučera, Jindřich Brichta, Jiří Lehevec, Karel Smrž, Otakar Rádl aj.), z nichž řada formulovala své teoreticko-estetické umělecké manifesty (Jean Epstein, Sergej Ejzenštejn, John Grierson, Hans Richter).

Po válce, po nástupu italského neorealismu (Cesare Zavattini, Umberto Barbaro), se kolem časopis *Cahiers du cinéma* vytvořila skupina kritiků (André Bazin) a budoucích autorů (François Truffaut, Claude Chabrol ad.), z nichž vzešla tzv. nová vlna, ve Velké Británii se stal nejvlivnějším časopisem *Sight & Sound*, v USA *Variety*. U nás byl odborně respektovaným časopisem *Film a doba*, do něhož přispívala řada kriticky smýšlejících autorů, schopných formulovat i obecné trendy v kinematografii (Jan Žalman, Antonín Novák, Antonín Jaroslav Liehm, Eva Hepnerová Zaoralová, Galina Kopaněva, Ivo Pondělíček, o dokumentárním filmu psali Antonín Navrátil, Pavol Branko, Alan František Šulc, později Jana Hádková, o animovaném filmu Jaroslav Boček). Československá televize v 60. letech začala vydávat odborné periodikum *Televizní tvorba*. Reflexe filmu a televize se odehrávala také v kulturních periodikách (*Literární noviny*, *Filmové a televizní noviny*), kde byla tou dobou hojně diskutována zejména nová role televizního média (Jana Vyskočilová, resp. Cysařová, Jiří Pitterman, Dušan Havlíček, Jiří Lederer), a dále v popularizačních časopisech *Kino* či *Záběr*.

Po roce 1989 se kromě pokračujícího *Filmu a doby* (Stanislav Ulver, Stanislava Přádná, Zdena Škapová, Jiří Cieslar, Jan Lukeš, Jan Svoboda ad.) platformy zcela proměnily, většina periodik zanikla (např. *Kinorevue*). Vedle licencovaných zahraničních časopisů *Cinema* (např. Michal Šobr) a *Premiere* pro širokou veřejnost odbornou reflektivní roli začal plnit časopis *Illuminace* a později *Cinepur* (Jindřiška Bláhová, Zdeněk Holý).

V posledních letech se kritická recenzní činnost přesunula do oblasti internetové žurnalistiky, zejména blogů (Kamil Fila, František Fuka ad.), případně databázových participačních sítí jako *ČSFD.cz*. Reflexe filmu a televize dále kontinuálně pokračovala v celoplošných denících (*MF Dnes* – Mirka Spáčilová), společenských magazínech (*Respekt*, *Reflex* – např. Andrej Halada, Tomáš Baldýnský, Darina Křivánková) nebo oborových časopisech (FITES – *Synchron*).



## DALŠÍ ZDROJE

Prostudujte si rozhovor s filmovým publicistou Jaromírem Blažejovským „Reflexe filmových periodik očima filmového vědce Jaromíra Blažejovského“, který najdete přiložený v Moodle (kapitola 6).

Zdroj: ROTNÁGLOVÁ, Kamila. *Současná filmová periodika* [online]. Brno, 2009 [cit. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/cmw86/>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jiřina SALAQUARDOVÁ.

Poznátky z něj uplatněte při řešení následujícího úkolu.

---



## SAMOSTATNÝ ÚKOL

Hodnocení mediálního prostoru pro filmovou a TV publicistiku

Pokyny pro vypracování:

1. Z nabídky novin a časopisů (tištěných i internetových), případně z uvedených webových portálů (viz seznam níže) si zvolte dva tituly – jeden tištěný, druhý internetový. Tato periodika budete následně hodnotit – zejména s důrazem na to, jak se zaměřují na oblast filmové a televizní kritiky, ale i na reflexi filmu, kinematografie a televize v nejširších souvislostech.
2. Obě periodika pečlivě prostuduje, v případě tištěných titulů se zaměřte minimálně na pět jednotlivých čísel, ideálně z různých ročníků. Pokud tištěná periodika neodebíráte, zapůjčte si je v knihovně. Zaměřte se na jejich kritické posouzení, zejména na:
  - o zhodnocení zaměření periodika, jeho koncepce (nekoncepce) a struktury (jednotlivé rubriky),
  - o zhodnocení odborné, popularizační, kritické i stylistické úrovně jednotlivých rubrik,
  - o zhodnocení kladů i záporů média (struktura, přehlednost, proporčnost), případně i grafické úrovně.
3. Své hodnocení zpracujte písemně do podoby bodového scénáře, jednotlivé údaje rozveďte a zdůvodněte.
4. Struktura zpracování:
  - o délka existence média (od kdy časopis/webový portál vychází, jaká je četnost vydávání),



- zacílení/zaměření média (pro jaký okruh čtenářů je časopis/web určen – laici, amatérští divadelníci, široká veřejnost divadelní veřejnost atp. čtenáře z jakého okruhu),
  - složení redakce a externí přispěvatelé (jména, která se pravidelně objevují, ale nejsou uvedena v tiráži),
  - struktura média (z jakých rubrik je časopis/web tvořen, jaké žánry se zde objevují nejčastěji),
  - vlastní hodnocení (jak významné postavení příslušné médium zas významné v rámci ČR, zda přináší něco nového, zda je přínosné).
5. Rozsah textu: minimálně 1 normostrana.
  6. Vypracovaný úkol odešlete dle domluvy vyučujícímu.
  7. V případě nejasností či nemožnosti sehnat tištěná periodika kontaktujte ohledně další domluvy pedagoga.

### 1) Tištěná média

#### Filmové časopisy (specializované)

- Film a doba - <https://filmadoba.eu/>
- Cinepur - <http://cinepur.cz>
- Filmmag - <http://filmmag.cz/>
- Iluminace - <https://www.iluminace.cz>
- Filmový přehled - <https://www.filmovyprehled.cz/cs>

#### Kulturní periodika

- Respekt, Reflex, A2, Deník N, Literární noviny, Týdeník Rozhlas

#### Deníková kritika

- Lidové noviny, MF Dnes, Právo...

### 2) Internetová média

#### Internetové filmové a TV časopisy

- Film & spiritualita - <https://www.filmspiritualita.cz>
- 25 fps - <http://25fps.cz>
- Filmtoro - <https://filmtoro.cz>
- Revue Filmového přehledu - <https://www.filmovyprehled.cz/cs/revue>
- Filmserver.cz - <https://filmserver.cz>
- FDb.cz - <https://www.fdb.cz/magazin/>
- Moviezone - <https://film.moviezone.cz>
- iRozhlas.cz - <https://www.irozhlas.cz/kultura/film> + <https://www.irozhlas.cz/kultura/televize>
- Ještě větší kritik - <https://www.jestevetsikritik.cz>
- FFFilm.cz - <https://www.fffilm.name>
- Kinobox.cz (Recenze) - <https://www.kinobox.cz>
- AVmania.cz - <https://avmania.zive.cz>

#### Webové portály s kulturními (a divadelními) rubrikami a kulturní webové portály

- Aktuálně.cz (jen rubrika Film) - [www.aktualne.cz](http://www.aktualne.cz)



## **SHRnutí KAPITOLY**

V této kapitole se studenti seznámili se stavem současné české filmové a televizní kritiky a zmapovali mediální prostor, ve kterém se toto hodnocení může uplatnit. Na základě analýzy jednotlivých specializovaných časopisů studenti rovněž zaznamenali možné podoby specializovaného filmového a televizního periodika. Příčiny omezování prostoru pro filmovou kritiku lze hledat zejména v podfinancování této oblasti (ať již ze strany majitelů médií – novin a časopisů, ale i například ze strany státu a dotací). K nestabilitě pak přispívá i podfinancování činnosti zejména externích kritiků a recenzentů, která neumožňuje jistý kontinuální vývoj a řada z nich hledá uplatnění raději někde jinde.

---

## 7 OSOBNOSTI ČESKÉ FILMOVÉ A TV PUBLICISTIKY (SOUČASNOST), JEJICH STYL A VÝRAZOVÉ PROSTŘEDKY.

### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Cílem této kapitoly je představit studentům výrazné osobnosti současné české filmové a televizní publicistiky, a to zejména s odkazem na aktuální podoby žánru filmové kritiky, a to jak v tištěných, tak elektronických médiích (zejména internet). Důraz je kladen na samostatnou četbu kritik i textů, v nichž čeští autoři reflektují současnou filmovou a televizní tvorbu. Studenti se tak mohou obeznámit se zásadami kritického psaní (styl a výrazové prostředky, proměny kritického rukopisu, erudovanost kritiků apod.). Současně se učí skrze kritickou reflexi vnímat a hodnotit konkrétní filmová a televizní díla.

### CÍLE KAPITOLY



V rámci studia této kapitoly se student:

- seznámí se jmény a tvorbou podstatných představitelů české filmové a televizní publicistiky
- seznámí se s různými styly kritického psaní s ohledem na různé typy médií (tištěné odborné periodikum, fanouškovský web),
- seznámí s principy a zásadami kritického psaní o filmu a televizi.

### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



2 hodiny

### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Kritik, filmový kritik, publicista, kompetence filmového kritika.

## **7.1 Kdo je filmový kritik**

Za filmového kritika můžeme považovat osobu, která provádí kritické hodnocení. Práce kritika je komplexní a zahrnuje řadu několik činností, jejichž poměr a vyváženost mají vliv na kvalitu a relevanci filmové reflexe – recenze či kritiky. Kvalitní a seriózní kritik musí mít jak vědecké, tak umělecké kompetence. Při svém hodnocení by měl vycházet z prožitku estetické hodnoty díla, musí mít tedy předpoklady pro vnímání díla jako celku i jeho detailů a umět se vcítit do role autora. Na druhou stranu by měl svůj kritický soud vždy podložit odbornými znalostmi a objektivními argumenty. Výsledkem by měl být kritický soud uplatnitelný pro budoucí generace v oblasti vědy, výchovy i umění.

Stejně tak jako existuje proměnlivá hranice mezi uměleckým a vědeckým přístupem kritika, existuje i napětí mezi tím, zda by měl kritik přistupovat k recenzi objektivně nebo subjektivně. Na tuto otázku nelze nijak plošně odpovědět, protože se jedná čistě o individuální přístup jednotlivých kritiků. Zatímco žurnalistika se obecně snaží docílit objektivitu, publicistické texty dovolují i subjektivní přístup redaktorů. Teoretici se přiklání k variantě, že by se mělo jednat o ideální kombinaci a nikdy ne pouze to, či ono.

### **7.1.1 KOMPETENCE FILMOVÉHO KRITIKA**

Není pochyb o tom, že práce kritika je složitá a zahrnuje mnoho úkolů, jak v přípravné fázi, tak ve fázi tvorby hodnocení. Kromě toho, že kritik musí film zhlédnout s velkou pozorností, musí celé dílo zasadit do kontextu, čemuž předchází odpovídající analýza. Recenzent by měl provést kromě detailní analýzy filmového zpracování a historických a kulturních souvislostí také analýzu diváků/čtenářů a kriticky vlastní pozice vůči veřejnosti.

Základním požadavkem pro práci filmového kritika je mít široký všeobecný kulturní přehled a ovládat základy teorie a dějin filmu. Vhodné je také mít schopnost vidět strukturu filmu a umět ji analyzovat. Při psaní recenzí je důležité vnímat cílovou skupinu jak samotného filmu, tak i čtenářů recenzí. Po zohlednění všech faktorů je na samotném kritikovi volba vhodného žánru recenze, množství humoru a jeho síly, hloubky popisu a míry kontroverze, která může být regulována redakčními tlaky. Lze tedy tvrdit, že práce kritika je o doslovné hře se slovy s důrazem na správné a požadované vyznění celého textu.

V současné době, kdy se každý uživatel internetu může veřejně vyjádřit k filmu, se rozlišování profesionálních a neprofesionálních kritiků stává stále těžší disciplínou. V tomto ohledu odborníci<sup>16</sup> rozlišují mezi kritikou a tzv. „avids“, tedy zapálenými fanoušky pro film. Tito vášniví konzumenti filmu si k němu vybudovali pozitivní vztah na základě dlouhodobé zkušenosti a v nadstavbě k jejich „spotřebě“ se realizují komentováním filmů. *Avids* mohou být lidé, kteří aktivně pracují u filmu, a jsou tedy v této oblasti vzdělanější, nebo také běžní uživatelé, kteří film konzumují společně s dalšími formami kultury čistě pro zábavu.

---

<sup>16</sup> KERRIGAN, Finola. *Film Marketing*. London: Elsevier, 2010, s. 107.

### 7.1.2 TYPOLOGIE FILMOVÝCH KRITIKŮ

V současném mediálním prostředí se pohybují čtyři typy filmových kritiků

1) Intelektuální kritici, jejichž autorita úzce souvisí s autoritou akademickou. Může se jednat např. o pedagogy filmové vědy pohybující se na akademické půdě nebo přispěvatelé do filmově-vědných periodik.

2) Profesionální kulturní novináři, kteří mohou být zároveň intelektuály, ale jejich autorita pramení z jejich pozice na mediální scéně.

3) Novináři, kteří získali autoritu na základě praktických zkušeností a mediálních vystoupení a disponují osobním charismatem.

4) Každodenní amatérští „expertí“ se subjektivními názory, kteří mají tzv. laickou autoritu.

Profesionální kritik by měl získat odpovídající odborné vzdělání. Nejčastěji se jedná o jednotlivce z řad žurnalistických nebo filmově-vědných oborů. Zároveň dokáže rozeznat skutečnou a trvalou hodnotu díla od pomíjivého trendu nebo módy. Oproti tomu kritik amatér většinou zakončuje svá hodnocení kritickým soudem, který je buď libost, nebo nelibost, zároveň nemá dostatek teoretického zakotvení k tomu, aby svůj názor vysvětlil a uvedl relevantní důvody pro své hodnocení. Faktor, který odlišuje oba typy kritiků, spočívá také v jakémsi osvětovém přístupu. Kritik z povolání věří, že i svým negativním hodnocením přispěje k tvorbě „lepšího světa“ a vytvoří vzor pro budoucí generace (ať už generace diváků, nebo tvůrců). V žádném případě ale nelze říci, že lepšími kritiky jsou lidé, kteří film vystudovali, někdy tomu může být právě naopak a nejvíce informací a postřehů mohou nabídnout čtenářům autoři, kteří nahlízejí na film a audiovizuální kulturu zpoza podloží jiného oboru (lingvisté, filosofové, esteticí, psychologové aj.).

Již v 19. století definoval Karel Havlíček Borovský čtyři nadčasové zásady seriózní kritiky:

- ke každému kritickému soudu musí být uveden důvod,
- kritika může být pozitivní i negativní,
- kritik nemusí být spisovatelem, aby mohl psát o literatuře,
- kritikova činnost přesahuje náročností činnost publicistickou.

Tyto zásady odhalují, že od doby jeho působení nedošlo k žádným zásadním změnám v teoretickém chápání kritiky, jelikož všechny čtyři zásady lze aplikovat v dnešních podmínkách.

Nezapomínejme! Autor filmové kritiky je člověk, který vykonává odlišnou práci než ti, co film tvoří, je za ni (většinou) placen a náplní jeho činnosti rozhodně není přesvědčovat praktiky, že není neschopný pisálek, který nikdy nic pořádného nenatočil

---



## **SAMOSTATNÝ ÚKOL**

Pokyny pro vypracování:

5. Na webových stránkách Sdružení českých filmových kritiků – odkaz Kritici: <http://filmovakritika.cz/kritici/> - si prostudujte profily jednotlivých osobností české filmové kritiky. Na jejich profilech najdete odkazy k jejich práci – jednotlivým kritickým hodnocením určeným pro příslušná média, se kterými spolupracují. Spektrum informací můžete rozšířit vyhledáním dalších recenzí a kritik na internetu.
  6. Z daného přehledu si zvolte jednoho filmového kritika a detailně si prostudujte 5-7 jeho filmových reflexí. Textů můžete samozřejmě využít mnohem více, nemusí jít jen o recenze či kritiky z poslední doby, lze srovnávat i texty starší.
  7. Na základě přečtených a analyzovaných textů vytvořte krátkou charakteristiku autora: vyjmenujte média (noviny, časopisy, webové portály...), do kterých daný autor přispívá, zaměřte se na rozsah recenzí a kritik, jejich obsah, styl a jazyk (pokuste se postihnout, zda se vám daný autor jeví jako objektivní, či naopak ironický a výrazně kritický, o čem všem v recenzi referuje, čeho si všímá, jakou to má strukturu, jaký k tomu používá jazyk – zda si je jistý v terminologii, zda píše odborně či dostupně pro nejširší veřejnost).
  8. Rozsah textu = 1 normostrana (a více), text lze psát ve formě stručných bodových poznámek a postřehů.
- 



## **SHRNUTÍ KAPITOLY**

Kapitoly seznámila studenty s výraznými osobnostmi současné české filmové a televizní publicistiky, a to zejména s odkazem na aktuální podoby žánru filmové kritiky. Důraz jsme kladli na samostatnou četbu kritických textů, v nichž čeští autoři reflektují současnou filmovou a televizní tvorbu. Studenti se tak obeznámili se zásadami kritického psaní (styl a výrazové prostředky, proměny kritického rukopisu, erudovanost kritiků apod.). Kapitola tak nabídla pohled na různorodost práce filmového a televizního publicisty, která vyžaduje zvláštní kompetence, zkušenosti a rozhled.

---

## 8 ANALÝZA A INTERPRETACE VYBRANÝCH TEXTŮ.

### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Cílem této kapitoly je seznámit studenty s typologií kritického psaní o filmu – tedy s možnostmi a „potenciálem“ současné filmové kritiky. Na příkladu četby a studia ukázek různých forem a podob reflexí filmových děl si studenti ujasní své teoretické znalosti týkající se různých žánrů (zejména recenze a kritika). Na základě analýzy textů, jejichž autory jsou současní čeští filmoví kritici, se posluchači zaměří na různá hlediska hodnocení filmů (filmologické, žurnalistické, jazykové atd.). Získají tak odborný základ pro další vlastní kritickou tvorbu.

---

### CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly bude student:

- seznámen s funkcemi a formami filmové kritiky,
  - seznámen s typologií kritického psaní o filmu,
  - umět odlišit specifika tištěné a webové kritiky.
- 

### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



4 hodiny

---

### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Recenze, kritika, filmová recenze, filmová kritika, analýza, reflexe, teorie filmu, filmová řeč, glosa, rozhovor, anketa, reportáž, preview, anotace, hledisko hodnocení filmu, funkce a formy filmové kritiky, typologie kritického psaní o filmu.

---

## 8.1 Funkce a formy reflexe filmu

Filmová kritika je samozřejmou součástí světa filmu. Má svou historii, směry, vůdčí představitele i aktuální přítomnost. A chápeme ji především jako poučenou rozpravu a intelektuálně podložený způsob reflexe filmu.

Žádná filmová kritika není výhradně subjektivní nebo objektivní a z principu taková ani nemůže být. Filmové dílo je totiž hodnoceno podle řady formálních i obsahových kritérií a kritický soud je ve významné míře ovlivňován osobními estetickými preferencemi autora kritiky, jeho ideovou orientací, osobním rozhledem, sociokulturním kontextem, recepční zkušeností a zvyklostmi, i celou řadou dalších faktorů. Požadovat nezaujatou reflexi není z principu možné, neboť každý, kdo film hodnotí, do svého názoru promítá řadu výše uvedených faktorů.

Na prvním místě by u filmové kritiky měla stát rovina poznávací, snaha dobrat se skrze poučený náhled na film, kinematografii a audiovizuální kulturu poznatků, jež nám mohou pomoci tento složitý fenomén lépe pochopit a poznat v mnoha zjevných i skrytých souvislostech.

Stejně jako v případě jiných forem umělecké kritiky je i ta filmová soustředěna primárně na předmět svého zájmu, tedy filmy, ale její smysl se nevyčerpává pouze s referováním, informativním přehledy nebo stručným a přehledným hodnocením. Může být realizována v podobě dalších publicistických útvarů (glosa, fejeton, rozhlasové a televizní nebo diskusní vystoupení).

K dobrým zásadám každého kritického textu by mělo patřit to, že autor svůj kritický soud dostatečně zdůvodní a dokáže precizně argumentovat, přičemž se snaží vyvarovat zaujatosti a předsudečného přístupu vůči jednotlivému filmu nebo jeho autorovi. Častým prohřeškem kritického psaní bývá to, když si autor neuvědomuje že kritika není reklama ani popis děje a už vůbec ne hledání skrytých záměrů autora filmu. V ideálním případě by měla recenze či kritika filmu čtenáře informovat o všech kvalitách i nedostatcích filmu, zařadit jej do širšího filmového i kulturního rámce a napomoci tak potenciálnímu divákovi k vytvoření jeho vlastního názoru.

## 8.2 Typologie kritického psaní

Typy kritického psaní o filmu se odlišují podle:

- 1) **povahy média**, pro které jsou jednotlivé texty vytvářeny,
- 2) podle toho, v **jakém formátu/žánru jsou psány**.

Jiný styl psaní se užívá při tvorbě textů pro populární časopis (Cinema nebo Premiere) a jiný zase pro odborná (Film a doba, Cinepur) nebo vědecká oborová periodika (Illuminace). Specifické nároky klade na své pisatele deníková kritika, která představuje v českých denících primární žánr kritické reflexe a komunikace listu se čtenáři. Zatímco v novinách a populárních časopisech jsou kromě recenzí přítomny i další publicistické útvary (glosa,



rozhovor, anketa, reportáž, preview, anotace apod.), v odborných titulech nalézáme rozsáhlé rozhovory, obsírné a fundované recenze a zejména studie, jež mohou svou pozornost soustředit i na relativně velmi úzce vymezený a specializovaný problém.

### **8.3 Schematizované formy hodnocení**

Snaha převést hodnocení na číselnou stupnici! Lze umění měřit? Čemu čísla mohou pomoci? Hvězdičkování filmů či jejich procentuální hodnocení nemohou postihnout komplexnost hodnoty celého filmu nebo jeho dílčích kategorií. Více než na literární kvality, argumentační přesvědčivost, propracovaný pojmový aparát nebo kontextuální zasazení spoléhá mainstreamová filmová publicistika na konvencionalizované užití grafických symbolů. Společným rysem všech schematizujících postupů hodnocení je jejich častá rezignace na argumentaci.

Takto pojímané hodnocení filmů je neobyčejně rozšířené. Využívají jej nejen časopisy, ale také tištěné i elektronické lexikony, encyklopedie a zejména denní tisk (MF Dnes, Právo), který usiluje nabídnout svým čtenářům jednoznačně čitelný a jasně definovaný výběr a názor

### **8.4 Filmová reflexe a internet**

Nedílnou součástí kritického psaní o filmu tvoří texty vznikající v prostředí internetu:

- klasická webová periodika populárního zaměření, vyznačují se relativně vysokými návštěvnostmi (např. [www.filmpub.cz](http://www.filmpub.cz), [www.filmweb.cz](http://www.filmweb.cz), [www.moviezone.cz](http://www.moviezone.cz)),
- seriózněji orientované projekty ([www.fantomfilm.cz](http://www.fantomfilm.cz), <http://www.25fps.cz/>)

Většina z nich se živí prodejem reklamy v podobě bannerů (malých reklamních proužků) nebo je podporována silnější mediální skupinou a některé z nich vyplácejí svým autorům honoráře. Další z těchto webů jsou dílem nadšenců, kteří na svých stránkách pracují bez nároků na odměnu. V tuzemském prostředí ovšem vznikají i pokusy o komplexnější webové projekty, které mají podobu filmových databází shromažďující množství informací – např. [www.csfd.cz](http://www.csfd.cz) (předobraz v celosvětové proslulé Internet Movie Database – IMDb). Tyto stránky disponují možností okamžité zpětné vazby čtenáře, který po přečtení článků na místě k tomu určeném může vložit svou písemnou reakci, případně sledovat v časové nebo tematické posloupnosti reakce ostatních čtenářů.

Zvláštní podmnožinu psaní o filmu představují webové stránky, jejichž základ tvoří tištěné filmové periodikum a jeho webová podoba je pouze jakýmsi doplňkem nebo variací. V českém prostředí je to případ webové stránky časopisu Cinepur ([www.cinepur.cz](http://www.cinepur.cz)), do nějž přispívají mladí proponenti oboru filmových studií z České republiky a Slovenska.



## KORESPONDENČNÍ ÚKOL

V Moodle u kapitoly 8 naleznete složku nazvanou „Film Šarlatán – kritické reflexe“. Ta obsahuje soubor recenzí a kritik snímku Šarlatán režisérky Agnieszky Hollandové. Jednotlivé texty si pečlivě přečtěte a poté písemně vypracujte následující úkoly:

- 9) Pokuste se rozdělit texty podle žánru na recenze a kritiky. Zdůvodněte své rozhodnutí. Jak se podle Vás liší texty v obou skupinách?
  - svým zacílením na čtenáře (jak byste popsali typického čtenáře každého z textů)
  - svým obsahem
  - stylem jazykového zpracování
- 10) Vyberte nejzdařilejší texty z kategorie filmové kritiky a taktéž v případě filmové recenze. Zdůvodněte své rozhodnutí.
  - zmiňte, nač se autoři textů při hodnocení filmu soustředili, co případně opomíjejí
  - najděte místa, kde autoři přesvědčivě argumentují
  - jaké jsou podle vás vlastnosti dobrého textu referujícího o filmu?
- 11) Vyberte dle svého zvážení nejméně zdařilé kritiky a recenze a popište jejich nedostatky (nulová argumentace, stylistická nevyváženost, špatně používaná terminologie atp.).
- 12) Narazili jste v některých textech na odborné výrazy, kterým nerozumíte?
- 13) Pokud jste analyzovaný film viděli, zkuste několika větami shrnout svůj názor na něj a vyberte kritiku či recenzi, která je vašemu hodnocení nejbližší.
- 14) Zamyslete se nad tím, jak byste text recenze či kritiky coby kritik koncipovali vy!

Jednotlivé odpovědi stručně písemně formulujte, tento podklad zašlete dle domluvy vyučujícímu.

---



## SHRNUTÍ KAPITOLY

Tato kapitola studenty seznámila s podobami a možnostmi současné české filmové reflexe. Na základě čtení textů a jejich analýzy studenti získali přehled o možnostech uplatnění filmové recenze a kritiky. Zaměřili jsme se také na osobnost filmového kritika a specifika tištěných a webových reflexí, jejichž výrazové prostředky se značně odlišují v závislosti na daném médiu a jeho čtenářích (ať již v oblasti používání odborné terminologie, žurnalistické průpravy, jazyka atd.). Posлуhači získali odborný základ pro vlastní kritickou tvorbu.

---

## 9 ŽÁNRY KULTURNÍ PUBLICISTIKY: ODBORNÁ KRITIKA, NOVINOVÁ KRITIKA, DIVADELNĚ-KRITICKÝ MEDAILON, ROZHOVOR ATP.

### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Studenti si v této kapitole osvojí základní žánry kulturní publicistiky a metodou kritického čtení se budou seznamovat s jejich konkrétními příklady v denním a odborném tisku. Budeme si všimnout nejen jednotlivých možných žánrových forem (recenze, kritika, kritický medailon), ale také se zaměříme na styl a uplatňování odbornosti.

---

### CÍLE KAPITOLY



Po prostudování této kapitoly bude student schopen:

- orientovat se v jednotlivých publicistických žánrech,
  - orientovat se v žánrech specifických pro kulturní publicistiku,
  - vytvořit vlastní texty dle požadavků příslušného žánru.
- 

### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



2 hodiny

---

### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Publicistika, publicistický styl, žánr, recenze, kritika, glosa, rozhovor, medailon, Kritický fejeton, portrét.

---

## 9.1 Publicistické žánry

Publicistické žánry (útvary) se vyznačují se určitými společnými prvky a charakteristickými rysy, byť se v současnosti žánry prolínají a hranice mezi nimi se stírají, takže se od striktního žánrového dělení spíše upouští.

Proč je existence žánrů důležitá?

- pro genezi díla, ale také pro jeho recepci,
- recipient: na základě typických znaků dokáže žánr rozpoznat, a lépe text pochopit a zasadit do kontextu,
- novinář: „mantinely“ žánrů pomáhají hledat vhodné žánrové zpracování.

Publicistické žánry dělíme na:

### a) monologické žánry

- informační
- *článek* – jakýkoli materiál kromě zprávy, samostatný žánr s logickým vysvětlením události nebo myšlenky, hledá souvislosti, třídí fakta, zobecňuje, autor uplatňuje subjektivní přístup, kromě zprávy je historicky nejstarší
- analyticko-kritické
- *úvodník* – starší výraz pro editorial, většinou jde o úvodní slovo šéfredaktora ke čtenářům, vychází ze známých faktů, vysvětluje a doplňuje, ovlivňuje čtenáře, jedná se o politicky nebo ideologicky zaměřený obsah
- *editorial* – seznamuje s obsahem čísla a nejrůznějšími novinkami týkající se časopisu
- *pamflet* – ostrý, útočný někdy i hanlivý článek polemického charakteru, chce rozpoutat diskusi, nehledá objektivní fakta
- *komentář* – z latinského *commentarius*, vznikl z komentované zprávy a poznámky, vychází z faktů, které dává do souvislostí, připojuje subjektivní pohled, předpokládá specializaci v oboru, často využívá neotřelé jazykové prostředky, využíván v rozhlasové analytické publicistice
- *glosa* – z řeckého *glóssa* – jazyk, řeč, poznámka na okraj, žurnalistický druh se svérázným publicistickým akcentem, řešení pouze naznačeno, ironický komentář, ale obsahuje konkrétní fakta a vztah autora k nim
- *poznámka* – krátká, nápaditě psaná, na aktuální téma, sděluje novinářův názor, vtipný závěr nebo posunutí významu do jiné roviny, operativně navazuje na zpravodajství
- *úvaha* – meditativní útvar o postoji autora ke konkrétnímu problému, vychází ze známých informací, zajímá se o vzájemné vazby faktů a argumentů
- *reportáž (publicistická)* – z latinského *reporto* = zprávu přinést, svědecká výpověď spojuje aktuální informační a názorovou složku, autor pozoruje, popisuje, hledá souvislosti, psaná reportáž prožívá krizi, přesouvá se z novin do časopisů do televize
- *recenze* – analytický žánr, publicistické hodnocení obvykle jednoho vědeckého, společenského, politického nebo uměleckého díla, určena polo odbornému nebo odbornému

publiku, nemá velký rozsah, soustřeďuje se na hodnocení extrémů, představuje tvůrce a dílo

- *kritika* – úvaha, která především hodnotí, posuzuje, vytýká nedostatky a vyzdvihuje společensky závažné jevy, metodou kritiky je analýza, při jejím formování se zpravidla užívá uměleckého stylu, metafor a dalších prostředků
- portrétní
  - *portrét* – publicistické hodnocení obecně známé osobnosti, v popředí snaha o objektivní hodnocení
  - *nekrolog* – první ucelené hodnocení právě zemřelé osobnosti, důraz kladen na vztah autora a zemřelého
  - *medailon* – portrét osobnosti, subjektivně laděný, uvádí základní biografické údaje

#### b) literární a beletristické žánry

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

- *fejeton* – z francouzského feuilleton, graduje do pointy, ironie a sarkasmus, sklon k úvaze, nečekaný a neotřelý úhel pohledu, psaný obvykle kurzívou, nazývaný také podčárník (Jan Neruda, Rudolf Těsnohlídek, Karel Čapek, Karel Poláček...)
- *sloupek* – vznikl na objednávku Lidových novin (Jan Neruda), krátký, stručný, humorný, stojí na vtipném nápadu, uzavírá se s tématem do skutečné klece jednoho sloupce, dílčí postřehy ze života, reakce na životní realitu
- *črta* – žánr na rozhraní publicistiky a literatury, slučuje prvky povídky a reportáže, subjektivní prožitek autora, zachycení mezní situace
- *soudnička* – meziválečná publicistika, soudní případ, z pohledu justičního zpravodaje

#### c) dialogické žánry

např. polemika, anketa, interview, otevřený dopis, informační interview

- *interview* – z franc. *entrevoir*, přeneseného do angl. *inter* a *view*, obecně rozhovor, dialog otázek a odpovědí, interviewovaná osoba je většinou veřejně známá
- *anketa* – žánrová forma rozhovoru, zjištění názorů více osob, dotazování nemají možnost seznámit se s názory ostatních.

### 9.1.1 ŽÁNRY UMĚLECKÉ A KULTURNÍ PUBLICISTIKY

V oblasti umělecké a kulturní publicistiky patří mezi nejfrekventovanější tyto žánry:

- **Recenze**

Kritické posouzení (ocenění) odborného, vědeckého či uměleckého díla. Objevuje se v kulturních rubrikách novin a časopisů, stejně jako v rozhlasu či televizi. Jedná se o text nevelkého rozsahu, jehož cílem je informovat širokou veřejnost (publikum a tvůrce) a zhodnotit konkrétní dílo. Recenze tak činí bezprostředně po vzniku tohoto díla

*Žánry kulturní publicistiky: odborná kritika, novinová kritika, divadelně-kritický medailon, rozhovor atp.*

a zachovává tradiční žurnalistickou nutnost aktuálnosti. Recenzent shrnuje svůj úsudek v publicisticky živé formě – ve specifické kombinaci slohu informačního a úvahového.

- **Kritika**

Žánr vyjadřující názor na dílo. Má větší rozsah než recenze, a tak nabízí podrobnější rozbor a rozsáhlejší zdůvodněné hodnocené díla. To dílo nahlíží z více úhlů: posuzuje jeho hodnoty, ozřejmuje důvody jeho vzniku, zasazuje je do životopisných, společenských nebo uměleckých souvislostí. Kritik stanovuje fakta, která se mu zdají pozoruhodná, osvětluje je a vykládá. Jedná se o detailní, zevrubný rozbor s hodnoceními a jejich doloženými zdůvodněními.

- **Glosa (poznámka)**

Krátký polemický komentář s osobním pohledem na věc. Obvykle se věnuje jednomu tématu (naznačenému v titulku). Vyslovuje v podstatě jednu myšlenku v jediném odstavci. Jeho zaměření je neomezené: uvedení jedné hry, reakce obecenstva, úroveň filmu, chování publika atd. Autor logicky rozvádí základní myšlenku, kterou stupňuje do pointy. Glosa je tím účinnější, čím je kratší a vyhocenější. Může být glosa vážná, ale i velmi satirická a polemická. Např. blog Nadivadlo <http://nadivadlo.blogspot.com/>.

- **Kritický medailon, portrét**

Souhrnný a systematicky hodnotící obraz umělce (např. herce, režiséra, scénografa...). Nejedná se ale o analýzu kompletního díla, pisatel vybírá jen určité motivy. Také obsahuje obecnou charakteristiku nejdůležitějších děl hodnoceného umělce, která je doplněna o zevrubné seznámení s jeho klíčovými díly. Stylisticky tento žánr propojuje postupy publicistické a beletristické.

- **Kritický fejeton**

Z franc. feuilleton, respektive feuille [føɛj] = lístek, též poznámka pod čarou, v češtině také podčárník. Specifický žánr obvykle používaný v tisku jako protějšek k hlavním článkům. Vtipně zpracovává zdánlivě nevýznamné, ale zajímavé téma a ukazuje všední věci v novém světle, přičemž autor vychází z vlastních, výrazně subjektivních zážitků.

- **Rozhovor/interview**

Metodicky a objektivně vedený dialog s cílem získat potřebné informace z odpovědi znalce na danou problematiku, případně více subjektivně řízený, kdy čtenáři vedle odpovědi na otázky poznají dotazovanou osobnost z lidské stránky.

- **Anketa**

Otázky a odpovědi na nějaké téma.



## **SAMOSTATNÝ ÚKOL**

Seznamte se detailně s jednotlivými žánry umělecké publicistiky: recenze, kritika, glosa, kritický medailon, anketa. V tisku nebo na internetu najdete příklady těchto žánrů.

---

## **SHRNUTÍ KAPITOLY**



Studenti si v této kapitole osvojili základní žánry kulturní publicistiky a metodou kritického čtení se seznámili s jejich konkrétními příklady v denním a odborném tisku. Zaměřili jsme se nejen na jednotlivé možné žánrové formy (zejména recenze, kritika, kritický medailon), ale rovněž na jejich specifický styl.

---

## 10 VLASTNÍ KULTURNÍ PUBLICISTIKA: RECENZE, KRITIKA.



### **RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY**

Cílem této kapitoly je seznámit studenty s klíčovými žánry umělecké publicistiky – tedy recenzí a kritikou. V úvodu nabídneme jejich definice a popíšeme základní rozdíly. Posléze se zaměříme na obecné rady na téma „jak psát kriticky o umění“. Teoretické znalosti studenti poté využijí při zpracování praktického úkolu – vypracování recenze a kritiky divadelního a filmového díla.

---



### **CÍLE KAPITOLY**

Po prostudování této kapitoly bude student schopen:

- rozlišit a definovat publicistické žánry recenze a kritika
  - vytvořit vlastní texty dle požadavků příslušného žánru.
- 



### **ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU**

2 hodiny

---



### **KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY**

Recenze, kritika.



## 10.1 Recenze versus kritika

Hned v úvodu bychom měli ozřejmit, jaký je rozdíl mezi recenzí a kritikou. V odborné literatuře lze nalézt několik různých konceptů, jak termíny kritika a recenze rozlišovat. Jeden z nejrozšířenějších názorů na používání těchto termínů ve své publikaci *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace* nabízejí Osvaldová a Halada. Podle nich je recenze druh publicistického textu, jenž má za úkol především informovat veřejnost a představit jí umělecké dílo. Oproti tomu kritika je „žánr vyjadřující názor na dílo, posuzující jeho hodnoty, ozřejmující důvody jeho vzniku, zasazující je do životopisných, společenských nebo uměleckých souvislostí“<sup>17</sup>. Osvaldová a Halada považují oba útvary za velmi podobné, recenzi však odlišují tím, že nemá velký rozsah, a proto se zaměřuje pouze na hodnocení výrazně kladných či výrazně záporných hodnot. Naopak kritika, která má větší rozsah, nahlíží na dílo z více úhlů pohledu a snaží se nejen podat čtenáři informaci, ale také poskytnout pomoc při pochopení kritizovaného produktu.

Pokud autor textu tedy nejdříve informuje o nové inscenaci, a pak ji zkratkovitě hodnotí, jedná se zpravidla o recenzi. Jejím smyslem je informovat čtenáře o vzniku nového díla a upozornit na jeho výrazné kvality či nedostatky. Tento žánr je typický zejména pro kulturní rubriky médií. Recenze by měla tedy zachovat požadavek aktuálnosti. Divadelní recenze se z toho důvodu zabývají zpravidla novinkami, nejčastěji bývají psány na základě zhlédnutých premiér divadelních inscenací. Úvodní informační část recenze by měla být zcela stručná, zatímco samotnému hodnocení by se měla věnovat až hlavní část textu. Na rozdíl od řady jiných žánrů by autor recenze měl dokázat kombinovat jednoduchý informační sloh s vlastními úvahami. Přestože se jedná o hodnocení značně subjektivní, měl by se vyhnout příliš osobním poznámkám, preferencím při výběru inscenací a podobně. Kde se kritik v odborném periodiku nemusí čtenáři přizpůsobovat, protože očekává i z jeho strany odborné vzdělání, musí recenzent píšící do denního tisku pamatovat na široký okruh svých čtenářů a psát jednoduše a srozumitelně. Přesto by měl být recenzent vždy odborníkem na danou oblast, kterou hodnotí. Z toho důvodu mají redaktoři v kulturních rubrikách deníků rozděleny oblasti, ve kterých jsou ve srovnání s ostatními kolegy odborníci a dlouhodobě je sledují. Celkovému zjednodušení recenzí často přispívá také dlouholetý zvyk v médiích doplňovat krátký útvar recenze o ještě stručnější shrnutí názoru recenzenta pomocí symbolů. Nejčastěji se jedná o počet hvězdiček nebo procenta.

Ve srovnání s recenzí je kritika náročnější útvar, jehož specifika ocení především čtenáři odborných médií. Kritika by měla stručně představit tvůrce, sledovat dílo od zrodu a zařadit ho i do kontextu další umělecké činnosti. Její autor by měl na rozdíl od recenzenta na dílo pohlížet z více úhlů pohledu a snažit se nejen o podání informace o vzniku nové inscenace. Deníková kritika bývá mnohdy až třikrát delší než běžná recenze, která většinou obsahuje zhruba dva tisíce znaků. V případě prostoru například v odborném médiu může kritika zabrat i několik stran.

---

<sup>17</sup> OSVALDOVÁ Barbora; HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Libri, 2007, 168 s.

V teoretické ani praktické rovině není dodržován žádný striktní terminologický úzus, což vede k tomu, že někteří autoři pojmy kritika a recenze rozhodně odlišují, zatímco jiní je používají jako synonyma.

## 10.2 Jak psát kriticky (nejen) o divadle

V následujícím textu naleznete obecné rady na téma „jak psát kriticky o divadle“. K psaní recenzí/kritik je třeba vždy přistupovat individuálně – a to především dle charakteru hodnoceného díla (každé je jiné) a také vzhledem k určení média, do kterého píšeme. Typy kritického psaní se odlišují podle povahy média, pro které jsou jednotlivé texty vytvářeny, jiný styl psaní při tvorbě textů pro populární časopisy, jiný pro odborná či vědecká oborová periodika.

Nejvíce inspirací i poznatků nicméně získáte, pokud budete odborné kritiky a recenze sami číst (a následně také psát). Pozornost doporučuji zaměřit zejména na odborná periodika a kulturní přílohy deníků (např. Lidové noviny). Dále můžete poslouchat pořad Mozaika na stanici Českého rozhlasu Vltava. Je třeba ale mít na paměti, že psaní pro rozhlas má svá specifika (je primárně určeno pro hlasité čtení).

Lze číst samozřejmě i nekvalitní kritiky a recenze (např. weby), v tomto případě se lze poučit z nedostatků. Ke kritice je potřeba vždy přistupovat jako k poučené rozpravě o uměleckém díle, jako k intelektuálně podloženému způsobu jeho reflexe.

### 10.2.1 OBECNÁ PRAVIDLA PRO KRITICKÉ PSANÍ (NEJEN) O DIVADLE

- předpokladem dobré kritiky/recenze je *znalost kontextu vzniku díla, v případě divadla a filmu např. i hry či předlohy* (adaptované literatury, filmu atd.), s nimiž se dále pracuje
- v případě hodnocení divadelního titulu je ideální zhlédnout více představení jedné inscenace (ale není to nezbytně nutné, praxe tomu navíc nedává většinou prostor)
- *prověřovat si fakta* (kdo a co dělal, na čem se podílel) a neuvádět chybné informace
- *precizně argumentovat* (kritika i pochvala musí být konkrétní, tvrzení musíme doložit)
- snaha o *výstižnost a věcnost* (ať text není únavně dlouhý, respektive disproporční)
- formulujte své soudy *vstřícně a konstruktivně*
- snažte se *vyvarovat zaujatosti* a předsudečného přístupu vůči tvůrcům
- stále mějte mít na mysli adresáta (čtenáře), pro kterého píšete (příliš vědecký styl pro deníkovou recenzi není vhodný, nezasáhl by široký okruh čtenářů)

## 10.2.2 DŮRAZ NA KVALITNÍ STYLSTIKU A GRAMATIKU

- piště bez chyb a spisovně, zvyšujete tak důvěryhodnost textu (př. na studentských webech se často pracuje s hovorovým stylem, čímž se autoři snaží být čtívi mezi vrstevníky, vhodnější je ale tuto „pózu“ nahradit stylem poutavým a spisovným)
- pozor na opakování slov (text ztrácí na čtivosti, opakuje-li se stejná informace)
- vyvarujte se dlouhých souvětí, piště spíše kratší věty, smysluplné a přehledné
- ověřujte si správná jména osob (nedělejte zde chyby, umělci jsou na to hákliví)
- zajímavě užívejte jazyk, pozor na nekonkrétní slova typu „být“, „zajímavý“ (jsou obecná, lze je vztáhnout na hodnocení čehokoli, čtenáře ale zajímají konkrétní detaily)
- text si po sobě vždy čtete (ideálně polohlasem), korektury dělejte s časovým odstupem

## 10.2.3 STRUKTURA DIVADELNÍ KRITIKY

### 1) název recenze (titulek)

- je velmi důležitý, rozhoduje o tom, zda článek čtenáři budou číst, či nikoliv, měl by tedy především upoutat čtenáře
- titulek kromě „přitažlivosti“ musí vyjadřovat podstatu recenzentova názoru (vtipně vystihnout to, co definuje podstatu díla tak, jak ji vnímá kritik)
- s názvy lze experimentovat: čím je titulek originálnější, tím větší je šance zaujmout (např. slovní hříčka)
- titulek nesmí být příliš dlouhý (editor by ho zkrátil), ideální je několik slov

### 2) perex

- recenzi uvozuje tzv. perex – krátký text (3-4 věty), který jasně, stručně, výstižně a nápaditě informuje o obsahu/zaměření textu, je umístěn pod názvem na hlavní stránce
- smyslem je nalákat čtenáře atraktivním způsobem ke čtení: nauknout téma/motiv/hypotézu, jimž se chcete věnovat
- není potřeba detailně zmiňovat technické údaje, stačí většinou název, režisér a divadlo/soubor (vše ostatní bude v apendixu)
- perex bývá také často od ostatního textu odlišen graficky (většinou kurzívou)

### 3) tělo kritiky (hlavní část)

- text je vhodné strukturovat do odstavců (v souvislém textu se čtenář hůře orientuje), lze užívat i mezititulky (hlavně u delších textů a pokud je k tomu v daném médiu prostor, např. v časopise)
- podstatou není převyprávění děje (to je znak amatérské práce), ale shrnující, komplexní posouzení díla → důraz by měl být kladen na následující oblasti:

#### a) kontext inscenace

- uvést dílo do kontextu = za jakým účelem vznikla, jakou roli plní v kontextu dramaturgie příslušného souboru/v kontextu režisérovy tvorby
- uvést informace o tvůrcích: o autorovi hry/předlohy – pokud je známý, lze např. zmínit, kdy daný soubor už jeho tituly hrál, pokud naopak notoricky známý není, můžete poskytnout stručnou informaci o něm, jeho významu v kontextu dramatu, o četnosti uvádění jeho her, podobně se lze zmínit o režisérovi (zda spolupracuje se souborem poprvé, zda navazuje na svou poetiku či se odchyľuje...)

## **b) popis děje**

- v případě klasických (či dobře známých) her/předloh je detailní popis děje nadbytečný, lze připomenout jen některé vztahy mezi postavami či situace, na nichž chcete něco dokazovat, v opačném případě lze o ději a jeho formě informovat (max. jeden odstavec, hlavně postihnout principy, které autor textu používá)
- jde-li o napínavý děj, je dobré se vyhnout prozrazení pointy či překvapivých zvrátů

## **c) důraz kladen hlavně na analytický vhléd a posouzení jednotlivých složek (vždy záleží na typu inscenace)**

- analyzujte jednotlivé složky inscenace/filmu
- text lze strukturovat:
  - chronologicky = projít inscenací a pojmenovat vše najednou (může vést k popisnosti a zdlouhavosti)
  - po složkách = nejběžnější (vyjádřit se ke každé složce od úpravy textu, přes režii, herectví a scénografii, musí směřovat k resumé)
  - po motivech = nelze uplatnit vždy, vyžaduje ucelené dílo (jen v něm lze vysledovat motivy a popsat, jak se odrážejí v jednotlivých složkách)
- vše by pak mělo směřovat k jednotné myšlence, co v inscenaci funguje, co ne, a mělo by vyústit k pojmenování tématu inscenace (čemu se věnuje) a její aktuálnosti
- lze také uvést, pro jakou cílovou skupinu je inscenace určena
- není potřeba vždy popsat vše, důležité je zdůraznit principy, na nichž inscenace jev stojí

## **4) závěr**

- shrneme myšlenky a hodnotíme, co nás nejvíc zaujalo a co naopak postrádáme
- lze doplnit i doporučení ke zhlédnutí inscenace

## **5) podpis**

- recenze nejsou anonymní, podepisují se, někdy pseudonymem, méně časté jsou zkratky

## **6) appendix**

- na konec recenze je dobré připojit appendix se základními informacemi k dílu
- pravidla pro tvorbu appendixu si vytváří redakce každého média

- příklad appendixu hodnoceného divadelního představení:  
Činoherní studio Ústí nad Labem – Andres Veiel, Gesine Schmidt: **Kopanec**. Režie Michal Škočovský, dramaturgie Vladimír Čepek, výprava Lucie Halgašová, hudba Ondřej Švandrlík, Hrají Marcela Vítů, Jiří Trnka, Jan Plouhar, Lukáš Černoch, Václav Hanzl, Irena Kristeková. Premiéra 19. ledna 2015. Psáno z předpremiéry 16. ledna 2015.
- 

## KORESPONDENČNÍ ÚKOL



Student vypracuje divadelní nebo filmovou recenzi/nebo kritiku. Hodnocené dílo si zvolí sám, mělo by jít ale spíše o novinku.

Student bude vycházet z „manuálu“ uvedeného ve studijní opoře.

Pozor! Psát recenze neznamená „opisovat“ z internetových zdrojů formou CTRL+C, CTRL+V! Ani z jiných zdrojů. Pokud tak student učiní, nebude mu práce uznána.

Nepřípustné je v rámci recenze/kritiky citovat z jiných odborných zdrojů (to je obsahem rozsáhlejší odborné analytické práce).

---

## SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole se studenti seznámili s klíčovými žánry umělecké publicistiky – recenzí a kritikou. Kromě definice obou žánrů a zmínění jejich základních rozdílů získali obšírný návod na praktickou tvorbu kritické reflexe. Své poznatky tak mohou uplatnit např. jako kritici v odborných médiích či recenzenti v denním tisku.

---

## **11 VLASTNÍ KULTURNÍ PUBLICISTIKA: ROZHOVOR.**



### **RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY**

Cílem této kapitoly je seznámit studenty s klíčovým a ze strany čtenářů rozhodně také nejatraktivnějším publicistickým žánrem – rozhovorem. V teoretickém úvodu nabídneme jeho definici a přiblížíme jeho klasifikaci na jeho možné typy. Následně se budeme věnovat představení jednotlivých fází realizace rozhovoru – tedy přípravě, dotazování a zpracování rozhovoru. Teoretické znalosti studenti poté využijí při zpracování praktického úkolu – samostatně zrealizují rozhovor s výraznou uměleckou osobností z regionu (především z oblasti divadla nebo kinematografie).

---



### **CÍLE KAPITOLY**

Po prostudování této kapitoly bude student schopen:

- vytvořit rozhovor s osobností kulturního života.
- 



### **ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU**

2 hodiny

---



### **KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY**

Rozhovor, interview, zpravodajský rozhovor, publicistický rozhovor.

---

## 11.1 Definice rozhovoru / interview

Rozhovor – nebo také interview – řadíme mezi klíčové a z hlediska přitažlivosti také velmi atraktivní žurnalistické žánry. Pro čtenáře je – vzhledem ke své formě – snadno konzumovatelný, novináři se rozhovorem částečně zbavují jisté role odpovědnosti, kterou musí v případě jiných publicistických žánrů mnohem více samostatně prosadit. V případě rozhovoru ale dostávají odpovědi, které by chtěli napsat, ale sami by si na to netroufli.

Anglické slovo interview, pocházející původně z franc. *entrevoir*, přenesené do angl. *inter* a *view*, znamená v českém překladu schůzku či rozhovor. V novinářské praxi se původně jednalo o žurnalistickou metodu sběru materiálů formou kladení otázek a získávání odpovědí na ně. Dnes interview považujeme za samostatný žánr a svébytný druh textu, v němž partneři na rozdíl od diskuze mají jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího. Jeho důležitou funkcí je mj. i záměrně a nezakrytě usilovat o formování myšlení lidí. Obecně je možné říci, že rozhovor slouží k výměně otázek a odpovědí, a také názorů.

Dotazovaná osoba je většinou veřejně známá nebo vyniká v určitém oboru. Rozhovor iniciuje novinář, který volí téma, klade otázky, zachycuje atmosféru setkání a osobnost zpovídaného, zaznamenává a zpracovává odpovědi. Může tedy ovlivnit řazení i konečnou formu odpovědí, vtiskuje rozhovoru svou vlastní představu. Publicista a jeho schopnosti rozhodují o tom, zda interview bude úspěchem či neúspěchem. Ne vždy ze získaných odpovědí musí nutně vzniknout rozhovor jako výstup. Mnohokrát novinář využije z rozhovoru získané informace jako podklad pro článek nebo zpravodajskou zprávu.

Rozhovor je zajímavý a neustále se proměňující žánr, který je u čtenářů velmi oblíbený, neboť přináší stále nové, zajímavé a užitečné informace ze všech možných oborů a oblastí. Právě pro variabilitu a širokou aplikovatelnost na nejrůznější témata a oblasti je řízený rozhovor směřující k vytyčenému cíli velmi často využíván v rámci nejrůznějších oborů.

## 11.2 Typy rozhovorů

V případě členění typů rozhovorů můžeme vyjít z několika různě zacílených klasifikací:

### PODLE ZACÍLENÍ (NEJOBECNĚJŠÍ DĚLENÍ)

- **zpravodajské** (někdy též tematické) – přinášejí informace o jevu či události a mají za cíl získat a zprostředkovat aktuální a věcně správné informace
- **publicistické** (osobnostní neboli profilové, někdy také biografické či portrétní) – vytvářejí portrét dotazovaného člověka, obsahují jeho názory a mohou ilustrovat nebo doplňovat jiné sdělení

## PODLE FORMY

- **čistý dialog** – dialog se zajímavou osobností, jež je ochotna se vyjádřit k důležitým společenským otázkám, charakteristická je jednoduchost jeho formy (nečiní si nárok na zachycení vnější atmosféry, ani na popis osoby)
- **monologický rozhovor** (s vypuštěním otázek) – dialog je vědomě potlačován, subjekt novináře ustupuje do pozadí, přímé otázky nejsou v textu záměrně uváděny, odpovědi splývají, do popředí zájmu čtenáře se dostává jedna podstatná, závažná myšlenka
- **rozprava** – s převažujícími rysy publicistiky

## PODLE POUŽITÍ

- **informační** (backgroundový) – slouží jako zdroj informací pro jiný článek, nebude publikován samostatně (propojuje výpovědi zpovídaného s jiným textem)
  - [https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/ondrej-kepka-herecka-asociace.A200413\\_172015\\_filmvideo\\_spm](https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/ondrej-kepka-herecka-asociace.A200413_172015_filmvideo_spm)
- **krátký tematický** – je často doplňkem většího celku (např. článek na téma je doplněný o kratší rozhovor důležitého účastníka akce, např. článek o chystaném festivalu doplněný o rozhovor s dramaturgem nebo ředitelem)

Příklady rozhovorů:

- <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/bleskovy-rozhovor-s-hercem-davidem-mataskem/398948>
- <https://www.saldovo-divadlo.cz/aktuality/detail-aktuality/r/mamzelle-nitouche-bleskovy-rozhovor-s-reziserem-oldrichem-krizem>
- **velký profilový** – tematický (na jedno dané téma – např. o výhře sportovce na OH) nebo životopisný (shrnuje život zpovídaného – např. když sportovec končí kariéru, tak lze bilancovat jeho sportovní i soukromý život)

Příklady rozhovorů:

- <https://www.divadelni-noviny.cz/radim-vizvary-navozujeme-si-jizansky-pocit>
- <https://www.divadelni-noviny.cz/napadaji-nas-ty-nejhorsci-scenare>
- <https://magazin.aktualne.cz/kultura/divadlo/michal-docekal-mestska-divadla-prazska-rozhovor/r~59caed34ce1f11e889f40cc47ab5f122/>
- <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/reziser-a-scenarista-petr-kolecko-i-hovada-maji-srdce-40291180>

## PODLE ZPŮSOBU VEDENÍ

- **osobní** – vedený tváří v tvář, je nutné přepsat do písemné podoby
- **telefonický** – vedený přes telefon (většinou jde o kratší rozhovor, nevýhoda: nemáme k dispozici gesta, z nichž lze mnohé vyčíst, nelze ho snadno ukončit)



- **korespondenční** – dopis, e-mail (delší čas vzniku, není tak aktuální, v písemné formě zpovídaný volí většinou jiné formulace než naživo, je opatrnější + nelze měnit otázky dle možných odpovědí → předem je třeba promyslet je tak, aby měl rozhovor smysluplnou výstavbu a otázky navazovaly)
- **on-line** – vzniká v rámci chatu (je potřeba ho v další fázi stylisticky upravovat)

### 11.3 Jak se dělá rozhovor

Zásadními východisky pro tvorbu rozhovoru jsou následující skutečnosti:

- **pro jaké médium** (a také samozřejmě čtenáře) **rozhovor děláme**
- **k jakým účelům chceme rozhovor použít** (jiný rozhovor vznikne pro časopis pro ženy a zcela jinou přípravu pak vyžaduje rozhovor pro specializovaný lékařský časopis)

---

#### DOPORUČENÍ



Chcete-li získat větší rozhled v této oblasti, pročítejte pravidelně rozhovory vedené renomovanými novináři, ideálně v uznávaných periodikách! Tak se lze naučit více, než pouhým teoretizováním!

---

Během rozhovoru vzniká mezi oběma partnery – publicistou-tazatelem a dotazovaným – jistý vztah. Interview je určitou společenskou událostí, která má své zákonitosti a musí se řídit konkrétními pravidly, neboť záleží i na každé sebemenší maličkosti, která rozhodne o vzájemné sympatii či antipatii zúčastněných. Od toho se pak mimo jiné odvíjí i schopnost novináře získat od svého protějšku žádanou odpověď a naplnit tak základní funkci rozhovoru – funkci poznávací. Ve vztahu novináře a zdroje je jednoznačně nejpodstatnější vzájemná slušnost, korektnost a inteligentní vystupování na úrovni. Tito dva partneři by spolu měli hrát čistou hru a dodržovat veškerá pravidla s tím spojená bez výjimky.

Samotná realizace rozhovoru má několik nepostradatelných fází: důležitá a nezbytná je dobrá **příprava** na rozhovor, následuje samotné **uskutečnění interview** a po něm logicky **zpracování rozhovoru pro uveřejnění** v médiu. Všechny tyto kroky se řídí jasnými pravidly, jejichž porušení v některých případech může narušit vyznění rozhovoru (neshoduje se s odpověďmi) a případné poškození dotazovaného.

## 1) PŘÍPRAVA ROZHOVORU

Klíčová, zásadní fáze rozhovoru!

- **organizace rozhovoru** – vyžaduje předem nutnou domluvu na místě a času uskutečnění, obě strany musí znát účel rozhovoru a jak s ním médium hodlá naložit (důležité jsou i doplňkové informace: zda bude přítomný fotograf, kolik času bude k dispozici),
- **domluva autorizace textu** – novinář si již nyní domluví pravidla (včetně časového harmonogramu) autorizace, v rámci které před zveřejněním dodá rozhovor zpovídánímu ke kontrole (pokud to vyžaduje),
- **příprava novináře na rozhovor** – detailní a pečlivé seznámení se s tématem i s interviewovanou osobou, doporučuje se zpracování detailní rešerše o zpovídání osobě (zmapování zvoleného tématu, příprava otázek či směru, kterým rozhovor hodláme vést) s využitím dostupných materiálů z dřívějšíka:
  - rozhovory a články, které o tématu/osobě vyšly (knihovna, archiv, internet)
  - sebeprezentace osoby (internetové stránky)
  - vlastní tvorba dotazovaného
- **příprava okruhů otázek pro rozhovor** – rozvržení otázek i protiotázek (začátečník by si měl podklady vždy písemně zpracovat)
  - úvodní otázka – je nejdůležitější, evokuje a podhaluje zpovídání osobnost
  - pozor na „zmnožení otázek“ (několik dotazů v jednom otázkovém bloku působí spíše zmatečně)
- na požádání je vhodné předat zpovídánímu okruhy předem (ne otázky, chyběla by autenticita)

## 2) VEDENÍ ROZHOVORU

Rozhovor klade vysoké požadavky na přípravu novináře, na jeho osobní, charakterové a morální vlastnosti, na kultivované vystupování a porozumění v přístupu k jedincům, se kterými přichází do bezprostředního styku, ale především na schopnost nacházet, třídit, analyzovat a osvětlovat fakta. Příprava, seznámení se s životním dílem, soukromím a činností dotazovaného jde ruku v ruce s volbou vhodného prostředí a podmiňuje navození dobrého až téměř ideálního vztahu mezi dvěma hovořícími.

V zájmu čtenáře je, aby autor měl v průběhu rozhovoru určitý nadhled, nedopouštěl se moralizování, sentimentu a jiných vysoce subjektivních hodnocení. Je to důležité z několika pohledů, za prvé: autor získá více nezkrácených a nezabarvených informací; za druhé: bude rozhovor veden v takovém duchu, jaký chce novinář. Rozhovor nespadne do emocionální roviny z pohledu respondenta. Rozhovor by měl být veden pomocí klasických komunikačních a rétorických zásad, v normách slušného, etického a morálního chování a také podle zásad, které vyžadují jednotlivá témata samotných rozhovorů.

### Způsob vedení rozhovoru

- začátečníci bývají nejistí a nervózní, množstvím rozhovorů se to změní
- důležitá společenská pravidla:
  - nepřijít pozdě
  - být vhodně oblečený
  - být dobře technicky vybavený → dobrý diktafon/zápisník (pro důležité rozhovory raději dva) + zkoušet ho vždy předem
- před rozhovorem zopakovat domluvu autorizace (kdy se rozhovor předá – email, přes zástupce)
- udržovat pozitivní atmosféru důvěry (i při ožehavějších, kritičtějších tématech → mohou vyvolat emoce, napětí i stres → je potřeba vycítit, kdy je možné zeptat se na nepříjemné věci)
  - vytvořte příjemnou atmosféru → nikdy zpovídaného neztrapňujte
  - mějte ke zpovídanému natočené tělo tak, aby vám bylo vidět do obličeje
  - udržujte oční kontakt
  - povzbudte zpovídaného úsměvem nebo pokýváním hlavy
- nenechat se zatlačit do defenzivy → pozor na různé psychologické triky ze strany zpovídaného

### **Formulace a výběr otázek**

- v rozhovoru vykejte, pokud tykáte, mělo by to být odůvodněno (buď se znáte, vrstevník atd., ale vždy odůvodnit)
- připravte si plynule navazující otázky (neskákejte z tématu na téma)
- formulujte je stručně a přesně → čtenáře zajímají odpovědi, ne vaše názory na věc obsažené v otázkách
- nečtěte všechny otázky z papíru, spíše sledujte „rytmus“ rozhovoru → otázky měňte vzhledem k vývoji rozhovoru, reagujte na okamžité podněty a nové informace
- netlačte otázkami zpovídaného k předem dané odpovědi (nemanipulujte s ním)
- při námítkách v podobě otázky použijte třeba protiotázku. (A proč si to myslíte?) → buďte důslední, nenechte zpovídaného utéct od tématu
- dodržujte rytmus rozhovoru → ani příliš dlouhé, ani příliš krátké otázky a odpovědi

### **3) ZPRACOVÁNÍ ROZHOVORU**

Získaný záznam rozhovoru nikdy není totožný s budoucím výstupem na papíře. Přesný přepis není nutností, navíc to mnohdy není ani možné, protože samotný mluvený jazyk nelze bez ztráty smyslu přepsat. Je potřeba zachovat smysl odpovědí a nevytrhávat části výpovědí ze souvislostí.

K rozhovoru je příhodné pořídit portrétní fotografii respondenta a také ilustrační fotky, které by mohly doplnit téma rozhovoru.

#### **Formální struktura rozhovoru**

- titulek → stejně důležitý jako rozhovor samotný (funguje jako reklamní poutač → musí nalákat, ne odradit)
- perex → je vstupem k interviewované osobnosti, její charakteristice, případně zkratkou k tématu rozhovoru (anotace – upoutávka rozhovoru → volíme výstižné věty, neměl by přesáhnout 220-250 znaků včetně mezer)
- mezititulky → oddělují jednotlivé tematické kapitoly + musí volně uvést čtenáře do následující tematiky + fungují jakožto poutač

### **Stylistická úprava rozhovoru**

- rozhovoru je dobré dát nějaký rámec (např. popsat okolnosti, za kterých vznikl)
- při zpracování rozhovoru → se nelze dogmaticky držet přepisování mluvené řeči
  - vynecháme citoslovce a různé parazitní zvuky a slova (pokud nepatří ke smyslu výpovědi)
  - přeformulováváme věty, aby byly spisovné a stylisticky správné, vždy se zachováním smyslu (vytvoříme textovou podobu, která by zpovídáného nezesměšnila)
  - škrtneme informace, které nejsou pro určitý příběh rozhovoru podstatné (různé odbočky apod.)
  - vulgarity: upravují se podle toho, za jakým účelem se píše (mělo by jich být co nejméně x pokud děláme rozhovor např. s rapperem, jazykový styl uchováme)
- po vytvoření první verze rozhovoru → předáme k autorizaci zpovídánému + můžeme mu klást dodatečné otázky

### **11.3.1 NAČ MÁ NÁROK ZPOVÍDANÝ?**

- být informovaný včas o tématu rozhovoru → může požadovat okruhy témat, případně otázky (předem si rozmyslet, jak bude odpovídat)
- měl by vždy dokončit myšlenku (trvat na tom)
- na nepříjemné otázky odpovídat přátelsky a krátce, choulostivou otázku lze převést jiným směrem (otázka, jak takto pracovat třeba s politiky)
- nenechte se nikam vmanévrovat
- má zásadně trvat na autorizaci rozhovoru, byť na ni není právní nárok



### **KORESPONDENČNÍ ÚKOL**

Samostatně zpracujte rozhovor s osobností z oblasti kulturního života z regionu Moravskoslezského kraje. Jedná se o profilový rozhovor určený pro internetové médium typu Ostravan.cz.

## **SHRNUTÍ KAPITOLY**



V této kapitole se studenti seznámili s klíčovým publicistickým žánrem – rozhovorem. S ohledem na teoretická východiska a doporučení pro zpracování rozhovoru se studenti také sami pokusili rozhovor uskutečnit, přičemž tyto své poznatky a zkušenosti mohou nyní úspěšně aplikovat v praxi – a to nejen v rámci publicistické činnosti, ale lze je využít také např. pro přípravu tiskových podkladů v rámci propagace kulturní instituce (např. rozhovory pro internetovou prezentaci, bulletinů atp.).

---

## 12 KONCEPCE KULTURNÍHO ČASOPISU 1.



### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

Cílem výuky je samostatná příprava projektu kulturního časopisu zaměřeného dle preferencí studentů (např. kulturně-společenský, filmový, divadelní, multižánrový, specializovaný tematicky či čtenářsky, tištěný či internetový). Student si zvolí zaměření periodika a po konzultaci s pedagogem vypracuje dle požadavků (název, téma a zacílení na čtenáře, periodicita, struktura časopisu, organizační zabezpečení, financování atd.) projektový záměr koncepce fiktivního, nicméně „životaschopného“ periodika. Prakticky tak bude aplikovat znalosti a dovednosti získané v rámci studia – a to nejen z předmětu Seminář kulturní publicistiky.

---



### CÍLE KAPITOLY

Po prostudování této kapitoly student bude umět:

- definovat pojem časopis včetně jeho typologie,
  - popsat rozdíl v zacílení tištěného a internetového periodika,
  - připravit koncepci a projekt časopisu se všemi nutnými záležitostmi na míru příslušné organizace (např. firemní časopis, divadelní bulletin, festivalový zpravodaj).
- 



### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU

1 hodina

---



### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Časopis, revue, magazín, internet, typologie časopisů, tištěný časopis, internetový (online) časopis, čtenář.

---

## 12.1 Časopis

**Časopis** je druh periodického tisku. Zpravidla bývá definován hlavně s ohledem na svou nižší periodicitu a specifitější obsah ve srovnání s novinami. Od nich se časopisy odlišují především uvedeným cílenějším zaměřením na užší skupinu čtenářů, tím, že vycházejí méně často (*maximálně jednou týdně a minimálně dvakrát ročně*), zpravidla vyšší cenou, menším formátem s větším (většinou) počtem stran a lepší grafickou úpravou. Časopisy vycházejí většinou týdně, po čtrnácti dnech, měsíčně, dvouměsíčně, čtvrtletně nebo nepravidelně. „Časopis (...) také vykazuje vnitřní jednotu, danou zaměřením a obsahem.“<sup>18</sup> Z tohoto důvodu je také třeba počítat s jeho menší aktuálností (nereaguje okamžitě, ale s odstupem) a vyhraněným okruhem čtenářů.

Další důležitou charakteristikou je převaha publicistických a „nenovinářských“ žánrů nad novinářskými. Rovněž po grafické stránce se časopisy výrazně liší od jiných periodik. Zajímavou myšlenkou je nazírání časopisu jako přechodné formy mezi novinami a knihami. Argumentem pro toto pojetí je například to, že časopisy (zejména ty dražší) jsou uchovávány déle než noviny.

Kromě pojmu časopis je vzhledem k charakteru některých periodik užitečné seznámit se i s označením revue a magazín. Slovo *revue* pochází z francouzštiny a znamená přehled či obzor, má však i mnoho dalších významů. V žurnalistice jde o „časopis složený z mnoha materiálů různého charakteru, převážně literárně, umělecky případně vědecky orientovaný, většinou s minimální periodicitou (často jako čtvrtletník či pololetník), do něhož přispívají různé tvůrčí osobnosti.“<sup>19</sup> Za **magazín** bývají obvykle označovány ilustrované časopisy pestrého obsahu. Mimo jiné může jít ale také o reset magazíny neboli zahraniční mutace. Termín mutace značí jazykovou verzi (zahraničního) časopisu. S tímto jevem se setkáváme výhradně u komerčně zaměřených periodik. Ani jim se tak nevyhnul širší fenomén posledních patnácti dvaceti let. „Časopisecký trh ovládly tituly, které jsou převážně v rukou zahraničních vlastníků. Značná část těchto titulů – zvláště časopisy „životního stylu“ pro mládež či ženy, časopisy pro motoristy, filmové časopisy apod. - jsou domestikované verze zahraničních titulů.“<sup>20</sup> Jde tak vlastně o jeden, v rámci národních států pouze mírně obměňovaný mediální produkt.

### 12.1.1 TYPOLOGIE ČASOPISŮ

Nabídka časopisů – v České republice i v zahraničí – je velmi pestrá. Jednotlivé tituly se liší jak svým tematickým či čtenářským zaměřením, tak periodicitou či grafickou úpravou. Tato rozmanitost má za následek různou typologii různých autorů, již se odlišují především v terminologii.

<sup>18</sup> REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, s. 32.

<sup>19</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri, 2002, s. 159.

<sup>20</sup> BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 113.

### I. Základní dělení:

- Společenské časopisy: *masové* a *specializované* (zájmové časopis, časopisy pro cílové skupiny)
- Odborné časopisy
- Zákaznické časopisy
- Konfesijní časopisy

### II. Dělení podle masovosti přijetí:

- Menšinové tituly – obracejí se na vybrané existující skupiny čtenářů s vyhraněnými zájmy či postoji
- Masové tituly – utvářejí čtenářské skupiny a nabízejí jejich pozornost inzerentům

### III. Dělení podle zacílení:

- Obsahového zaměření: *periodika pro širokou veřejnost* (univerzální, kulturní a umělecká, populárně-odborná, programová, rodinná, zábavná, ženská, dětská a pro mládež, sportovní a turistická, náboženská, pro zahraničí, inzertní, erotická a jiná), *periodika pro specifické skupiny čtenářů* (odborná, vědecká, profesionálních a občanských skupin, podniková, školská, jiná)
- Územního působení (ústřední, regionální, lokální)

### IV. Dělení podle periodicity:

- Týdeníky, desetideníky, dvoutýdeníky, měsíčníky, dvouměsíčníky, čtvrtletníky, občasníky.

### V. Další dělení:

- Nákladu: *masové*, *nízkonákladové*
- Zaměření na věk
- Zájmů
- Pohlaví
- Odbornosti
- Obsahu a zaměření na segment publika

## 12.2 Čtenáři

Každý více či méně úspěšný mediální produkt působící na mediálním trhu se obrací ke svému publiku. V případě časopisů jde o čtenáře. Publikum je možné určit třemi vzájemně se doplňujícími způsoby:

- a) konkrétním deníkem, časopisem, nahrávkou, pořadem atd.,
- b) konkrétním typem produktu (publikum počítačového nebo filmového časopisu),
- c) definicí publika podle jeho charakteristických rysů, tj. demografických a sociálních faktorů.

Publikum je tedy popsatelné a mediální organizace obvykle skutečně definují své cílové publikum. To se však může od reálného publika daného mediálního produktu lišit. Tato fakta jsou velmi důležitá pro potenciální zadavatele reklamy.



## 12.3 Tištěný versus internetový časopis

### 12.3.1 TIŠTĚNÝ ČASOPIS

*Tištěný časopis* je opakovaně vycházející hmatatelná tiskovina s jasným vizuálním konceptem. V současné době celá řada tištěných časopisů (včetně významných titulů) bojuje o přežití, což souvisí s rozvojem internetu a elektronických publikací. Některé tituly však i v současnosti nadále bez větších problémů vycházejí v obrovských nákladech. V žebříčcích časopisů s největším nákladem převažují lifestyle časopisy. Za časopisy s vůbec největším nákladem jsou paradoxně považovány nekomerční magazíny *Awake!* a *The Watchtower*, které vydávají svědkové Jehovovi.

### 12.3.2 INTERNETOVÝ ČASOPIS

*Internetové časopisy* vznikly spojením tištěných a internetových medií. Jejich hlavním rozdílem oproti klasickým tištěným časopisům je interaktivnost a takřka neomezený obsah, který je limitován pouze datovou kapacitou. K prohlížení internetových časopisů je zapotřebí připojení k internetu. Příspěvky zde mohou být publikovány průběžně, takže zde není zmiňována periodicita. Co se obsahové stránky týče, internetový časopis nabízí možnosti využití vizuálních i audiovizuálních prvků, a dovoluje tudíž články prokládat různými videi, zvukovými soubory nebo aplikacemi. Čtenáři je tak možné poskytnout nejen textovou část, ale např. k recenzi nového automobilu připojit i videozáznam z testovací jízdy, popř. záznam zvuku motoru při zvýšených otáčkách. Většina internetových časopisů se živí prodejem reklamy v podobě bannerů nebo je podporována silnější mediální skupinou a některé z nich vyplácejí svým autorům honoráře. Další z těchto webů jsou dílem nadšenců, kteří na svých stránkách pracují bez nároků na odměnu.

Zvláštní podmnožinu představují webové stránky, jejichž základ tvoří tištěné (filmové, divadelní) periodikum a jeho webové podoba je pouze jakýmsi doplňkem nebo variací. V českém prostředí je to případ webové stránky časopisu Cinepur ([www.cinepur.cz](http://www.cinepur.cz)), Divadelní noviny ([www.divadelni-noviny.cz](http://www.divadelni-noviny.cz)), Svět a divadlo (<http://www.svetadivadlo.cz/>). Tento mezikrok je většinou motivován potřebou nakladatelů nalákat čtenáře ke koupi tištěného (případně jeho elektronicky sdílené verze) vydání časopisu a nešířit tak obsah zcela zdarma.



## SAMOSTATNÝ ÚKOL

Pokyny pro vypracování:

Vypracujte písemnou formou **projekt koncepce kulturního časopisu** zaměřeného dle vašich osobních preferencí (např. kulturně-společenský, filmový, divadelní, multižánrový, specializovaný tematicky či čtenářsky, tištěný či internetový). Jedná se sice o koncept fiktivního časopisu, nicméně měl by být realizovatelný a „životaschopný“.

Při zpracování projektu postupujte podle následující struktury:

- 1) **Koncepce časopisu:** charakterizujte zacílení/zaměření média, stručně koncept časopisu popište. Berte v potaz následující faktory:
  - a. tematické zaměření,
  - b. cílová skupina čtenářů (pro koho – dle věku, zájmů, profese atd.),
  - c. geografické zacílení (celostátní či regionální verze),
  - d. účel (odbornost, zábava atd.).Jedná se o nejdůležitější krok celého projektu, z něho by měly být odvozeny ostatní rozhodnutí týkající se podoby a obsahu časopisu.
- 2) **Název časopisu:** nemusí být za každou cenu originální a výjimečný, ale měl by alespoň částečně odrážet zacílení časopisu.
- 3) **Forma vydávání:** tištěná/internetová (zvažte všechny výhody i nevýhody).
- 4) **Četnost vydávání:** zamýšlená periodicita (opět berte v potaz koncepci časopisu,).
- 5) **Struktura média:** charakterizujte jednotlivé rubriky i typy článků, včetně jejich četnosti a řazení.
- 6) **Složení redakce:** interní členové (rozdělení funkcí) & externí přispěvatelé.
- 7) **Možnosti financování média:** dle zaměření časopisu a zběžné finanční rozvaze zmapujte možné zdroje financování daného periodika (zaměřte se na celostátní i regionální granty, podporu nadací).
- 8) **Možnosti distribuce časopisu:** jakým způsobem jej zamýšlíte distribuovat čtenářům.
- 9) **Možnosti propagace časopisu:** jakým způsobem o časopisu dáte vědět čtenářům.

Vše zpracujte písemně do podoby projektu (bodový scénář s jednotlivými okruhy a argumenty (zdůvodněním) jednotlivých kroků. Návrh dle aktuálních pokynů odešlete (nebo vytištěné odevzdejte) vyučujícímu.

Zároveň si připravte prezentaci projektu v programu PowerPoint, kterou osobně představíte v rámci obhajoby projektu před pedagogem a ostatními studenty.

## SHRNUTÍ KAPITOLY



Studenti si prakticky ověřili své znalosti nabyté během studia předmětu Seminář kulturní publicistiky. Naučili se samostatně vypracovat projekt kulturního časopisu se všemi nutnými náležitostmi. Zejména si uvědomili, jak je zásadní precizně definovat koncepci periodika, ze které vycházejí jeho další parametry. Tyto své znalosti mohou posluchači v budoucnu využít při mnoha příležitostech. Nejen v souvislosti se svým přímým působením v médiích, ale třeba i v případě možnosti vypracování konceptu časopisu pro konkrétní příležitosti: „firemní“ časopis (např. univerzitní bulletin, divadelní bulletin, městský měsíčník atp.), festivalový zpravodaj, internetový časopis.

---

## 13 KONCEPCE KULTURNÍHO ČASOPISU 2.



### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

Smyslem výuky je poskytnout studentům prostor pro prezentaci a reflexi výsledků jejich tvůrčí práce. V rámci veřejné obhajoby studenti představí projektový záměr svého autorského projektu koncepce kulturního časopisu a na základě vzájemné diskuze obhajují jednotlivé kroky jeho možné realizace. Touto cestou si snadno ověřují nejen svou kreativitu a znalosti i schopnosti kvalitně a komplexně zpracovat projekt, také se učí argumentovat, konstruktivně připomínkovat aktivity ostatních a kvalifikovaně vyhodnocovat vlastní uměleckou tvorbu.

---



### CÍLE KAPITOLY

Po prostudování této kapitoly a absolvování veřejné prezentace student získá následující dovednosti:

- dokáže veřejně obhajovat projekty, posílí své schopnosti veřejného vystupování,
  - posílí své schopnosti argumentovat své názory a prosadit je na veřejném fóru, poskytovat ostatním zpětnou vazbu a konstruktivní návrhy k řešení vzniklých problémů,
  - získá zpětnou vazbu v hodnocení projektu.
- 



### ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU

120 minut

---



### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Projekt, prezentace, veřejná prezentace, obhajoba, rétorika, koncepce, časopis.

---

## **13.1 Reflexe projektu**

V úzké návaznosti na předchozí kapitolu, jejímž cílem bylo vypracovat projekt koncepce fiktivního kulturního časopisu, budou nyní studenti veřejně prezentovat své výsledky před pedagogy i ostatními posluchači.

Cílem obhajoby je seznámit přítomné – pokud možno co nejkomplexněji – se záměrem projektu a obhájit takto jeho koncepci – s důrazem na „životaschopné“ periodikum. Zároveň se zjišťuje připravenost studenta veřejně vystoupit, pregnantně formulovat názory, zaujmout posluchače, umět argumentovat své záměry a přesvědčit o kvalitách své práce.

## **13.2 Průběh obhajoby a její hodnocení**

Obhajoba má podobu samostatného výkladu (v délce prezentace do 15 min.). V něm by měl posluchač ústní formou a srozumitelně představit svůj plán zamýšleného projektu kulturního časopisu, vyložit jeho smysl a záměr.

Doporučujeme připravit prezentaci v programu Microsoft PowerPoint.

Závěrečnou částí obhajoby je diskuse, v níž by měl student odpovídat na dotazy a připomínky přítomných. V úvahu bude brána nejen jeho pohotovost, ale především schopnost přesvědčivě argumentovat své záměry a postoje.

Na projektu se hodnotí jak jeho odborná úroveň, tak způsob, jak je posluchač schopen ho zpracovat, prezentovat a obhajovat.

## **13.3 Příprava vystoupení**

Vystupování a mluvení na veřejnosti je strašákem pro mnoho lidí. Naštěstí se s pomocí několika našich můžeme nepříjemných úzkostí zbavit.

### **Cíl projevu**

- Každé vyjadřování má být úsporné.
- Nejprve promyslíme cíl projevu, pak jeho strukturu a připravíme si osnovu.
- Zvážíme, co je hlavní a co vedlejší.
- Důležité myšlenky opakujeme, rozvíjíme, a hlavně zdůvodňujeme.
- Neutápíme se v podrobnostech ani „nepřeskakujeme“ od jednoho tématu ke druhému.
- Nic nelze dělat spěšně a současně moudře.

### Forma projevu

- Přehlednost
- Každý projev má obsahovat tři části, a to:
  - a) **Úvod.** – Oslovíme posluchače a snažíme se získat jejich sympatie. Vytyčíme téma, stanovíme cíl, uvedeme základní problémy, jimiž se budeme zabývat.
  - b) **Vlastní stat'.** – Obsahuje hlavní problematiku, se kterou chceme posluchače seznámit. Nesmíme zapomenout na to, že řečník musí umět všechna svá tvrzení přesvědčivě dokázat. Důležitá je vhodná argumentace.
  - c) **Závěr.** – Shrneme hlavní myšlenky vystoupení, uvedeme podněty pro diskusi. Nedáváme najevo radost z toho, že naše vystoupení už skončilo.
- Logická stavba projevu. Vyjadřujeme se přesně, vyhýbáme se ukvapeným zobecněním. Problematiku musíme posuzovat svědomitě, nejenom zběžně a povrchně.
- Srozumitelnost projevu. Veřejné projevy realizujeme vždy spisovným jazykem a pečlivě vyslovujeme. Nepoužíváme dlouhých vět a složitých souvětí. Nehromadíme příliš mnoho faktů vedle sebe.



### SHRNUTÍ KAPITOLY

Student si ověřil své schopnosti zpracovat projekt fiktivního kulturního časopisu, vystavět jeho koncepčně propracovanou a poutavou prezentaci a vystoupit v rámci veřejné obhajoby.

---

## LITERATURA

Doporučená literatura:

BARTHES, R. *Kritika a pravda*. Praha: Dauphin, 1997.

CIESLAR, J. *Hlas deníku*. Praha: Torst, 2002.

ČERNÝ, V. *Co je kritika, co není a k čemu je na světě*. Brno: Blok, 1968.

ČUŘÍK, J. a kol. *Nové trendy v médiích. I, Online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita, 2012.

SODOMKOVÁ, M. *Jak psát žurnalistický text*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015.

Doporučená literatura:

BERGMANNOVÁ, P et al. *Almanach Ost-ra-var 1997-2016*. Ostrava: Národní divadlo moravskoslezské, 2016.

FRYE, N. *Anatomie kritiky: čtyři eseje*. Brno: Host, 2003.

LIPŠANSKÝ, J. *Český film 1990-2007: sborník kritik, recenzí a úvah*. České Budějovice: Nová forma, 2009.

MACHALICKÁ, J. *Kdokoliv může psát cokoliv. Literární noviny 1998, č. 44*.

MACHONIN, S. *Šance divadla*. Praha: Divadelní ústav, 2005.

POKORNÁ, T. *Kritické chvíle*. Praha: Revolver Revue, 2015.























## **SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY**

Cílem studijní opory, kterou jste právě úspěšně – a převážně samostatně – prostudovali, bylo představit předmět kulturní publicistiky. Kurz byl koncipován v převážné části s důrazem na praktické úkoly, jejichž plněním jste mohli získat, případně si rozšířit reálné dovednosti, které v budoucnu můžete využít v mnoha oblastech své činnosti. Seznámili jste se nejen s obecnějším vzhledem na problematiku kulturní publicistiky – zejména její vymezení a jednotlivé funkce a role. Pevně jste se pak věnovali jednotlivým praktickým oblastem kulturní publicistiky. Seznámili jste se s českým mediálním prostorem určeným jak pro divadelní, tak filmovou a televizní publicistiku – a to s ohledem na různé formy médií s jejich specifickými podkategoriemi – tedy tištěná i elektronická. Zaměřili jste se také na zásadní osobnosti současné kulturní publicistiky a jejich specifický styl a uplatnění výrazových prostředků. Konkrétně pak budeme analyzovat vybrané texty českých divadelních a filmových kritiků a zaměříme se na to, jak se jim daří – odborně či popularizačně – reflektovat umělecká díla. Nechyběl ani detailnější vzhled na v současnosti preferované žánry kulturní publicistiky, kterými jsou recenze, odborná kritika, divadelně-kritický medailon a rozhovor. Na základě zhlédnutí záznamů divadelních představení a filmů jste pak také mohli aplikovat nabyté zkušenosti při psaní vlastních recenzí a kritických úvah, posléze jste si zkusili připravit rozhovor s osobností kulturního života a navrhli koncepci kulturně zaměřeného časopisu.

Věřím, že snaha propojovat teoretické poznatky s praktickými úkoly přinesla své ovoce a že své nové zkušenosti v budoucnu co nejlépe uplatníte v praxi – např. ve spolupráci s odbornými – divadelně či filmově zaměřenými – médii.



## PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON

	Čas potřebný ke studiu		Cíle kapitoly
	Klíčová slova		Nezapomeňte na odpočinek
	Průvodce studiem		Průvodce textem
	Rychlý náhled		Shrnutí
	Tutoriály		Definice
	K zapamatování		Případová studie
	Řešená úloha		Věta
	Kontrolní otázka		Korespondenční úkol
	Odpovědi		Otázky
	Samostatný úkol		Další zdroje
	Pro zájemce		Úkol k zamyšlení

Pozn. Tuto část dokumentu nedoporučujeme upravovat, aby byla zachována správná funkčnost vložených maker. Tento poslední oddíl může být zamknut v MS Word 2010 prostřednictvím menu Revize/Omezit úpravy.

Takto je rovněž omezena možnost měnit například styly v dokumentu. Pro jejich úpravu nebo přidávání či odebrání je opět nutné omezení úprav zrušit. Zámek není chráněn heslem.

Název: **Seminář kulturní publicistiky**

Autor: **Jména autorů každé na nový řádek včetně titulů**

Vydavatel: Slezská univerzita v Opavě  
Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Určeno: studentům SU FPF Opava

Počet stran: 82

Tato publikace neprošla jazykovou úpravou.