

ŽURNALISTICKÉ ŽÁNRE VO FRANCÚZSKU – II

DANUŠA SERAFÍNOVÁ

Kľúčové slová: informačné žánre z pôvodných prameňov – referát – reportáž – interview – anketa – profil

V odbornej štúdii *Žurnalistické žánre vo Francúzsku – I* sme priblížili čitateľom *Otázok žurnalistiky* (1996, č. 2, s.131–140) to, ako francúzska žurnalistická teória chápe informačné žánre zo spoločných prameňov. V tejto štúdii nám pôjde o to, ukázať druhú veľkú podskupinu informačných žánrov, a to z pôvodných prameňov, resp. ako ich nazýva M. Voirol¹ – informačné žánre, ktorých základom je vyhľadanie informácie. Podklady na tvorbu týchto žánrov získava žurnalista v teréne. Francúzska teória žurnalistických žánrov k nim priraduje: referát, reportáž, anketu, interview a profil. Každý z nich má svoje špecifiká, podľa média, no všetky majú spoločné to, že „majú schopnosť nielen vedieť a nechať vedieť, ale aj žiť a nechať žiť, vidieť a nechať vidieť, počuť a nechať počuť, stretnúť a nechať stretnúť, rozumieť a nechať rozumieť“, konštatuje francúzsky žurnalistický teoretik José de Broucker,² ktorý autorov príspevkov v uvedených žánroch nazýva „producentmi informácií“. ³ Pritom zdôrazňuje, že ide o žánre, ktoré si vyžadujú celého žurnalistu a autor ich podpisuje. Popri informačnej hodnote majú aj hodnotu literárnu a intelektuálnu.

Referát považuje José de Broucker za žurnalistický žáner, v ktorom najmenej cítiť implikáciu autora. Autor v ňom prináša len to, čo sa stalo, a nie to, ako sa to stalo, a v žiadnom prípade svoj názor na vec. Referuje o veciach, ktoré sú dôležité, nové a zaujímavé pre recipienta. Tón referovania je neutrálny – prítomnosť žurnalistu na mieste sa premieta len v presnosti svedectva. Referujúci žurnalista však nie je len pasívnym svedkom, akýmsi „nahrávacím prístrojom“. Dáva pozor a pýta sa, aby sa dozvedel viac, aby lepšie porozumel. V referáte treba bezpodmienečne odpovedať na otázky Kto? Čo? Kedy? Prečo? Odpovede na otázky Kto? a Čo? sú podľa José de Brouckera veľmi dôležité pri referátoch z týchto podujatí: 1. Tlačové konferencie, dôležité schôdze mestskej rady, valné zhromaždenia, schôdze parlamentu, stretnutia strán, syndikátov, spoločností a asociácií, slávnostné obrady, odovzdávanie vyznamenaní, inaugurácie, oslavy a pod. 2. Kongresy hnutí, strán, odborových alebo profesionálnych organizácií. 3. Manifestácie v uliciach (účasť, heslá, prejavy, eventuálne incidenty, možné pokračovanie a pod.). 4. Nepredvídané udalosti (nehody, prírodné katastrofy a i.). 5. Športové stretnutia. 6. Súdne konania (procesy). 7. Divadlá (filmy, koncerty, varieté a pod.).

José de Broucker osobitne upozorňuje na rozdiel medzi žurnalistickým referátom a referátom, ktorý robí zapisovateľ, resp. tajomník. Základný rozdiel vidí v tom, že kým prví dvaja informujú osoby, ktoré sa na akcii zúčastnili, žurnalista informuje

1 VOIROL, M.: Guide de la rédaction. Paris, Éditions du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes 1992, s. 51.

2 BROUCKER, J. de: Pratique de l'information et écritures journalistiques. Paris, Éditions du Centre ... 1995, s. 155.

3 Tamže, s. 155.

tretie, t. j. nezúčastnené osoby. Robí teda výber, hierarchizuje a režíruje prvky tak, aby do popredia vystúpili nové, dôležitejšie hodnoty. Podľa miesta, ktoré má k dispozícii, a povahy predmetu, môže žurnalista pridávať detaily, citáty, anekdoty, incidenty, ohlasy zo zákulisia... a, prirodzene, fotografie.⁴

Referát o určitých udalostiach, akými sú napr. bál na radnici alebo vianočné sviatky v podniku, konštatuje José de Broucker, môže mať podobu otitulkovaných fotografií, čo nie je o nič ľahšie urobiť ako textový referát.⁵

Zosnulý Michel Voirol, podobne ako José de Broucker, považuje referát za žáner striktnie informačný, ktorého cieľom je dodať čitateľovi, poslucháčovi a televíznemu divákovi informácie o udalosti, ktoré ho zaujímajú. Žurnalista sa podľa neho musí snažiť o to, aby jeho svedectvo bolo čestné (slovo objektívny – upozorňuje Michel Voirol⁶ – možno tu použiť len v úvodzovkách – fotografický prístroj je objektívny, ale spúšťa nie, konštatuje v tejto súvislosti). Michel Voirol pri referáte upozorňuje i na častú nemoc žurnalistiky, ktorá spočíva v zmiešavaní informácií a komentára... Podľa neho v referáte žurnalista prináša fakty a čitateľ súdi... Farbu referátu dávajú presné a krátke citácie, vždy v priamej reči. Pri písaní referátu možno využiť i niektoré prvky reportáže, napríklad stručný popis rámca. Žurnalista si však vždy musí zachovať odstup od predmetu.

Reportáž. José de Broucker charakterizuje reportáž ako komunikáciu prežitej skúsenosti, na rozdiel od referátu, ktorý je komunikáciou získaných poznatkov.⁷ Michel Voirol v nej vidí výsek zo života. Podľa neho reportáž má za cieľ ukázať, nechať počuť, precítiť a prežiť to, čo samotný žurnalista videl, prežil a precítil.⁸ Jean-Dominique Boucher, odborník na reportáž v tlači, konštatuje, že v období všadeprítomného obrazu reportáž v tlači vizualizuje informácie, robí ich autentickými, vierohodnými.⁹

Jednotliví teoretici, ktorých práce sme mali k dispozícii, sa zhodujú v tom, že reportáž nesie znak média, ktoré má svoj špecifický okruh recipientov, svoju históriu a kultúru, ale aj od žurnalistu-reportéra, ktorého rukopis odráža jeho osobnosť. Preto vo svojich prácach pri žurnalistickom žánri reportáž venujú pozornosť dvom fenoménom – reportáži ako takej a jej autorovi, ktorého Pierre Ganz označuje za oko a ucho verejnosti.¹⁰

Druhy reportáže

Tlač. J.-D. Boucher rozlišuje tieto druhy reportáže v tlači:

– *horúca reportáž*, t. j. reportáž o nepredvídanej udalosti, resp. o predvídanej udalosti, o ktorej treba ihneď informovať, – *vlažná reportáž*, t. j. reportáž o udalosti, ktorá bola predmetom flešu, prípadne nás upútala pri inej práci v teréne, či ktorá pretrváva, – *studená reportáž*, t. j. vopred avizované udalosti, resp. udalosti, ktoré sa pravidelne opakujú (napr. kvitnutie gaštanov v Luxemburskej záhrade) a ktoré spravidla zveria žurnalistom-začiatočníkom, – *magazínová reportáž*, t. j. reportáž, v kto-

4 Tamže, s. 155, 157, 159.

5 Tamže, s. 159.

6 VOIROL, M.: c. d., s. 52.

7 BROUCKER, J. de: c. d., s. 159.

8 VOIROL, M.: c. d., s. 52.

9 BOUCHER, J.-D.: Le reportage écrit. Paris, Éditions du Centre... 1995, s. 9.

10 GANZ, P.: Le reportage radio & télé. Paris, Éditions du Centre... 1990, obálka vzadu.

rej sa zaktuálnuje nie práve aktuálna udalosť, resp. reportáž určená na magazínovú stranu, – *nadčasová reportáž*, t. j. reportáž o veciach z každodenného života, – *reportáž na pokračovanie*, – *relokalizovaná reportáž*, t. j. o udalosti medzinárodného významu, ktorá dala podnet na regionálnu reportáž (napr. pri nasadení vojakov z určitého regiónu do mierových síl v oblasti vojnového konfliktu), – *nepravá reportáž*, sem zaraďuje hybridné žánre, napr. také, ktoré sa skladajú z dvoch tretín analýzy a tretiny reportáže a ktoré sú časté v politických rubrikách francúzskej tlače, – *mikro-reportáž*, t. j. krátka reportáž, ktorá je vlastne zmesou reportáže a interview.¹¹

Rozhlas/televízia. P. Ganz uvádza tieto tri druhy reportáže:

– *reportáž naživo*, t. j. reportáž, pri ktorej je udalosť prístupná verejnosti v čase jej diania, – *spravodajská reportáž*, t. j. reportáž o udalosti, s ktorou treba verejnosť čo možno najskôr oboznámiť; zbieranie a spracovanie informácií sú takmer simultánne a vysielanie sa deje v čo možno najkratšom čase, – *magazínová reportáž*, t. j. taká, keď verejnosť informujeme o udalosti ako o uzatvorenom prípade.¹²

J.-D. Boucher považuje za prežité členenie reportáže na tzv. veľkú a malú reportáž, ktoré bolo vo Francúzsku zaužívané v minulosti. J.-D. Boucher zdôrazňuje, že veľkosť reportáže dnes nesúvisí so vzdialenosťou, témou, dĺžkou či použitými technikami. Viac kreativity si často vyžiada reportáž o všednej veci ako udalosť medzinárodného významu.¹³

Funkcie reportáže

Za tri najdôležitejšie funkcie reportáže považuje J.-D. Boucher¹⁴ tieto funkcie: a) personalizácia informácie, b) umocnenie porozumenia spoločenského javu či momentálneho problému, c) priblíženie čitateľa informácii. Recipient má možnosť vžiť sa do situácie, stať sa jej súčasťou, identifikovať sa s tým, čo predtým prežil reportér.

Osobnosť reportéra

Michel Voirol definuje reportéra takto: „Reportér je žurnalista, ktorý požíciava svoje zmysly druhým ľuďom. Zastupuje neprítomných čitateľov, ktorí musia vnímať prostredníctvom jeho slov. Pre neho to znamená, že musí byť osobitne citlivým, aktívnym a pozorným nástrojom percepcie.“¹⁵ A J.-D. Boucher konštatuje: „Žurnalista požíciava svojich päť zmyslov čitateľom“, „za nich pozerá, počúva, dýcha, ochutnáva a potom to dáva dohromady. Nie hocičo a nie hocijako.“¹⁶ Na to mu nestačí talent, ale musí ovládať i techniku reportáže so zreteľom na médium. Je svedkom, pozorovateľom i anketárom zároveň. Profesionálnym svedkom, od ktorého sa očakáva aktívna zvedavosť a kritická objektívnosť, pozorovateľom, ktorý si musí vedieť vybrať to najsignifikatívnejšie, a zároveň anketárom, ktorý ukáže hrany problému cez prizmu faktov. Pokiaľ reportér v tlači a fotoreportér pracujú spravidla jednotlivo, reportáž v televízii sa pripravuje kolektívne.

11 BOUCHER, J.-D.: c. d., s. 27, 28.

12 GANZ, P.: c. d., s. 13.

13 BOUCHER, J.-D.: c. d., s. 24.

14 Tamže, s. 13, 14.

15 VOIROL, M.: c. d., s. 54.

16 BOUCHER, J.-D.: c. d., s. 17.

Pretože v reportáži je značný diel subjektívnosti (dvaja reportéri na tom istom mieste, pri tej istej scenérii si nezaznamenajú to isté a nebudú mať tie isté dojmy), francúzski žánrológovia za zlaté pravidlo práce reportéra považujú presnosť informácie, striktné pridrižovanie sa faktov bez explicitných komentárov, resp. vibrujúcu triezvosť. Za profesionálnu chybu považujú uprednostňovanie efektu na úkor faktov, t. j. výrobu faktov pre efekt.

A napokon francúzski žánrológovia odmietajú teórie, podľa ktorých tlačí patrí len komentár, analýza a výklad, pretože informácie už priniesla televízia. Zdôrazňujú, že tlačový reportér môže vo svojej reportáži priniesť všetko to, čo mohlo uniknúť kamere. Obraz na obrazovke je prchavý. Nemôže – i keď sa to niekedy tvrdí – ani všetko ukázať, ani všetko vyrozprávať. Navyše pri čítaní sa vždy možno k textu vrátiť, čo vlny nedovolia.

Anketa. Podľa Jacquesa Mouriquanda, autora rovnomennej knihy,¹⁷ napísanej na základe bohatých vlastných skúseností s týmto žánrom, je anketa jedným z najprestížnejších žurnalistických žánrov, ak nie tým najprestížnejším. Kým reportáž ukazuje udalosť a reprodukuje život, anketa sa snaží vysvetliť, dokázať veci utajené, skryté, alebo jednoducho také veci, o ktorých sa nevedelo. „Predmetom reportáže je divadlo. Predmetom ankety je problém,“ – uvádza v tejto súvislosti Michel Voirol.¹⁸ Uvedení autori spolu s José de Brouckerom¹⁹ upozorňujú tiež na to, že anketa je i osobitná metóda získavania informácií. Zhodujú sa v názore, že ide o získavanie informácií, ktoré si vyžaduje mnoho času – od niekoľkých dní po niekoľko mesiacov. Ako uvádzajú, len málokteré redakcie, najmä redakcie regionálnych periodík, sú ochotné vynaložiť značné prostriedky, ktoré si tento spôsob získavania informácií vyžaduje. Francúzske redakcie najčastejšie praktizujú trojdňové ankety, t. j. ankety, pri ktorých možno zbierať informácie za tri dni. Tieto sa často kombinujú na spoločných stranách s interview na tú istú tému, čo umožňuje ukázať príslušnú tému komplementárne z viacerých uhlov pohľadu. Anketa môže byť uverejňovaná, resp. vysielaná i na pokračovanie. V tejto súvislosti francúzski žánrológovia konštatujú, že anketa je viac žánrom tlače ako audiovizuálnych médií.

Anketu môže robiť jeden žurnalista, ale anketa môže byť aj výsledkom tímovej práce, ktorú J. Mouriquand uprednostňuje, práve pre možnosť spracovať príslušnú tému z viacerých zorných uhlov. Obaja žánrológovia J. Mouriquand i J. de Broucker varujú žurnalistov pred príliš encyklopedickými témami ankiet a pred preberaním tém kolegov z iných redakcií. Zároveň však upozorňujú, že každá anketa je pôvodná, ak nie v predmete tak vo výsledku.²⁰

Typy ankiet

José de Broucker rozlišuje dva základné typy ankiet: *informačnú anketu*, určenú na to, aby sme sa dozvedeli viac, a *interpretačnú anketu*, ktorá má recipientovi umožniť, aby lepšie porozumel.²¹ Podrobnejšie: prvý typ slúži na odhalenie skrytých informácií, na realizáciu virtuálnych informácií, na aktualizáciu zabudnutých informácií,

17 MOURIQUAND, J.: L'enquête. Paris, Éditions du Centre... 1994, 119 s.

18 VOIROL, M.: c. d., s. 58.

19 BROUCKER, J. de: c. d., s. 167.

20 Tamže, s. 167.

21 Tamže, s. 169, 171, 172, 173, 175, 177.

resp. na rekonštituovanie medzerovitých informácií. Pre informačnú anketu sú dôležité fakty, pre interpretačnú anketu ich zmysel, ak sa o ňom debatuje. Kým informačná anketa rozširuje naše poznatky, interpretačná anketa sa obracia na náš úsudok.

Jacques Mouriquand dáva rôzne formy ankiet do súvislosti s témami, do ktorých sa chce žurnalista ponoriť, s citlivosťou šéfredaktora a periodicitou titulu.²² On sám rozlišuje:

– *aktuálnu anketu*, t. j. takú, o ktorej sa často rozhodlo pod tlakom udalostí, – *lokálnu anketu*, ktorá je vlastne jednou z foriem aktuálnej ankety a ktorá je veľmi blízka policajnej ankete, ak majú spoločný predmet, – *magazínovú anketu*, t. j. takú anketu, ktorá poukáže na existenciu globálnejších problémov, resp. priblíži udalosti nie ako izolované javy, ale v kontexte, – *investigatívnu anketu*, resp. anketu, ktorá si kladie za cieľ vyhľadať vedome utajené fakty.

Konštatuje, že mladí žurnalisti snívajú najmä o poslednej z nich a pritom si ani neuvedomujú, že v pravom zmysle slova, pri spojení investigatívna anketa ide o pleonazmus, keďže slovo *investigation* znamená pátranie, vyšetrovanie, skúmanie.²³ J. Mouriquand sa zmieňuje i o tom, že investigatívne ankety, resp. tie z nich, ktoré sa svojou šírkou a svojou ambíciou najviac blížia mýtu, často narážajú na finančné bariéry. Žiadne periodikum nie je ochotné uvoľniť na niekoľko mesiacov svojich spolupracovníkov a nieť vysoké náklady na ich poslanie. Z toho dôvodu mnohí žurnalisti uzatvárajú zmluvy s vydavateľstvami a vydávajú výsledky ankiet knižne ako dokumenty, eseje alebo v prípade osobností i tzv. anketové portréty.

Spracovanie ankety má svoj postup. Michel Voirol konštatuje, že sa podobá na postup pri vedeckom výskume a možno ho rozložiť na päť etáp: 1) polozenie správnej otázky, jej jasné formulovanie, vystihnutie skutočného problému (uhol ankety), 2) zhrnutie poznatkov k otázke (dokumentácia), 3) formulovanie pracovných hypotéz bez prioritného vylúčenia ktorejkoľvek z nich, 4) verifikácia hypotéz v teréne, pri prameňoch, 5) dospenie k záveru.²⁴ Podľa autora žurnalista nemá právo zanedbať ani jednu z etáp, ak chce vyprodukovať kvalitnú anketu. V pozadí ankety vidí M. Voirol tú istú kostru ako pri vedeckom výklade: problém – hypotéza – verifikácia – záver, ktorá môže mať napr. túto podobu: konflikt – argumenty jedných – argumenty druhých – fakty – názor špecialistov – kto má pravdu. Žurnalistická anketa však nie je chladným a abstraktným výkladom. Ilustrujú ju početné príklady, svedectvá a veci, ktoré žurnalista videl. Je teda akousi mozaikou využívajúcou techniku reportáže, interview a profilu.

Interview. Toto anglosaské slovo, ktoré nahradilo francúzske *entrevue*, vníma Henri Montant, autor knihy *Písané interview a profil*, ako umenie maieutiky, t. j. sokratovského kladenia otázok.²⁵ Interview je žurnalistickým žánrom a zároveň špecifickou metódou žurnalistickej práce. José de Broucker ho definuje takto: 1) postup žurnalistu, 2) ktorý sa ide pýtať, 3) jednej osoby (spravidla významnej osobnosti), 4) aby mu povedala 5) informácie, vysvetlenia alebo názory, 6) ktoré majú svoj úplný zmysel len vtedy, keď ich povie ona, 7) s cieľom uverejniť ich v priamej reči, resp. odvysielat jej hlas.²⁶

22 MOURIQUAND, J.: c. d., s. 16.

23 Tamže, s. 23.

24 VOIROL, M.: c. d., s. 59.

25 MONTANT, H.: *L'interview écrite et le portrait*. Paris, Éditions du Centre... 1995, s. 9.

26 BROUCKER, J. de: c. d., s. 179.

Typológia interview

José de Broucker rozlišuje tieto typy interview:²⁷

– *anketové interview*, s cieľom zistiť od partnera interview viac o jeho projektoch, rozhodnutiach, názoroch, ako doposiaľ prezradil iným médiám, – *reportážne interview*, pri ktorom si žurnalista nechá vyrozprávať od partnera interview nejakú zaujímavú udalosť, ktorej bol svedkom, resp. opísať miesto, čas, povolanie, ktoré pozná zo skúsenosti, – *portrétové interview*, kde žurnalista priblíži i niektoré črty osobnosti, resp. partnera rozhovoru, ktoré by mohli zaujímať jeho publikum, – *dokumentárne interview*, v ktorom žurnalista nechá expertovi, aby vysvetlil fakt, situáciu, problém, prípadne technický údaj, a napokon – *sondážne interview*, pri ktorom žurnalista uverejní škálu závažných názorov na aktuálnu vec, ktorá je predmetom sporu.

H. Montant okrem iného uvádza:

– tzv. *imaginárne interview*, teda nepravé, vymyslené interview, v ktorom sa významnej osobnosti dávajú do úst odpovede, ktoré chce utajiť a ktoré sa kedysi praktizovalo najmä v satirickej tlači, – *pokútné interview*, keď sa žurnalista vydáva za niekoho iného, aby ho získal, – *mikrointerview*, pozostávajúce najviac zo dvoch otázok a odpovedí.²⁸

Michel Voirol²⁹ upozorňuje na rozdiel medzi rozhovorom a interview. Tento rozdiel podľa neho spočíva v tom, že kým pri bežnom rozhovore žurnalista musí požiadať partnera rozhovoru, aby mohol citovať určité jeho poznámky, pri interview je to partner interview, ktorý upozorní žurnalistu na to, ktoré z jeho odpovedí sa nesmú uverejniť, a teda zostanú off the record (mimo záberu). Žurnalista musí jeho rozhodnutie rešpektovať.

Technika interview z pohľadu francúzskych žánrológov má tieto fázy: a) *prípravnú*, v ktorej ide o – výber predmetu a/alebo námetu, – predbežnú informáciu o partnerovi interview, – predbežné štúdium materiálov, témy, – definovanie žiadosti o interview a formulovanie otázok, získanie súhlasu na stretnutie, b) *vlastné interview*, za ktorého optimálnu dĺžku sa považuje jedna hodina a pri ktorom je dôležité všetko, od situácie, primeraného oblečenia a správania, cez kladenie otázok, keď žurnalista často musí povzbudzovať nesmelých a naopak brzdiť rozrečnených, až po robenie si poznámok, resp. nahrávanie interview, c) *realizačnú fázu*, v ktorej ide o transpozíciu poznámok získaných metódou interview do podoby interview ako žánru, teda o tvorbu interview.

H. Montant vo svojej knihe³⁰ vtipnou formou nabáda žurnalistov, čoho všetkého sa majú pridržať, ak chcú dobre pobať interview. Jeho desatoro skrátene: 1. Partner interview si musí byť vedomý, že mu robíte láskavosť, keď ste sa naňho obrátili. 2. Na stretnutie prídete neskoro, aby vedel, že má do činenia s veľkým žurnalistom, nerobíte si poznámky, všetko hlučne nahrávate na magnetofón. 3. Partnera rozhovoru často prerušujete a kladiete mu nekonečné otázky. Začiatok má naopak má cudne klopiť oči a všetko si písať do poznámkového bloku. Neprerušuje partnera dialógu, aby ho neprivedol do rozpakov. 4. Nebudete veľmi zvedavý. Zvedavosť je choroba.

²⁷ Tamže, s. 179, 181, 182.

²⁸ MONTANT, H.: c. d., s. 18–20.

²⁹ VOIROL, M.: c. d., s. 55.

³⁰ MONTANT, H.: c. d., s. 81–83.

5. Nenasadíte dôverný tón s partnerom dialógu. Máte na výber medzi slovnou agresiou a pohrdlivým mlčaním. Počas interview sa usmievate. Ukážete tým, že nie ste hlúpy. 6. Nesúhlasíte. Vyslovíte kategorické úsudky na začiatku každej otázky. Partnerovi môžete i protirečiť. 7. Pri rozlúčke mu navrhnete možnosť upraviť hotové interview podľa svojej vôle, aby vás vnímal ako niekoho, koho treba rešpektovať, čo tam po čitateľovi. 8. Nepíšete interview hneď, len čo prídete domov. Poznámky treba nechať uležať. Ak poznámky stratíte, aj tak dobre. Zasmejete sa na tom s partnerom interview a požiadate ho o nové stretnutie. 9. Netrápíte sa s titulkom či titulkovým blokom. Čitateľa najviac upúta vágna formulácia typu *Rozhovor s pánom X*. 10. Zabudnete na čitateľa. Príspevok má poslúžiť len vašej kariére. Skromnosť je nepekná žurnalistická chyba.

Profil. „Informácia (ktorú prináša profil, pozn. autorky) sa skladá z príbehov mužov a žien, ktorí zaujímajú iných mužov a iné ženy,“ konštatuje J. de Broucker a pokračuje, „záujem o túto informáciu závisí od schopnosti žurnalistu dať život, telo a dušu svojim hrdinom.“³¹

Pri spracúvaní profilu sa žurnalista mení na biografa, pretože profil prináša i základné biografické údaje o zvolenom, vymenovanom, vyznamenanom či inak zaujímavom človekovi. Profil je však oveľa viac ako suchá biografia, uvádza v tomto kontexte M. Voirol. Je živý, dynamický a farebný.³² Pre francúzskych žánrológov je žurnalista píšuci profil tak trocha i reportérom, ktorý pozoruje vonkajšie znaky portrétovanej osoby – postavu, oči, vlasy, hlas, spôsob chôdze, spôsob obliekania, fajčenia, spôsob, akým vedie auto... Svoje pozorovania podáva priamo prostredníctvom obrazu a zvuku v televízii, v rozhlase musí obraz vyjadriť slovami. Autor profilu v tlači rovnako využíva slovné obrazy, hoci má k dispozícii fotografiu, resp. niekoľko fotografií. Žurnalista-autor profilu mu napokon musí vdýchnuť dušu, a vtedy sa z neho stáva anketár, dodávajú francúzski žánrológovia. V polohe anketára sa žurnalista snaží pochopiť personalitu portrétovanej osoby. „Jej život, jej kariéra, jej diela nemajú len osobitné znaky, majú aj vlastný zmysel a charakter, ktoré treba odhaliť a osvetliť, čo umožní prekonať biografiiu a reportáž a dosiahnuť kvalitu profilu,“³³ poznamenáva J. de Broucker.

Profil ako žurnalistický žánr je teda pre francúzskych žánrológov biografickou informáciou, opisnou reportážou, osobnostnou anketou a portrétovým interview zároveň. Kvalitný profil podľa nich predpokladá značnú dávku zvedavosti, sympatie a kritickej inteligencie, opierajúcej sa o solídnu dokumentáciu, a ak je to možné o priamu, osobnú znalosť portrétovanej osoby. Zároveň varujú pred profilmi žijúcich osôb vypracovanými bez stretnutia s modelom. Nebezpečenstvo vidia v opakovaní apriórnych predstáv.

V autopsii kvalitného profilu uvádza H. Montant tieto zložky: – bohaté citácie slov portrétovanej osoby, – bohaté citácie slov okolia portrétovanej osoby, – farebné opisy a prirovnania, – presnosť dokumentácie a výrazný záver, využívajúci slovnú hru.³⁴

Pri spracúvaní profilu by podľa neho autor mal: – nepoužiť chronologický postup, – začať opisom osoby, vyhýbajúc sa banalitám typu „pikantná blondínka“, – akumu-

31 BROUCKER, J. de: c. d., s. 193.

32 VOIROL, M.: c. d., s. 58.

33 BROUCKER, J. de: c. d., s. 195.

34 MONTANT, H.: c. d., s. 71.

lovať prirovnania a metafory, – nezabúdať na nuansy, nemať čiernobiele videnie, – použiť veľké množstvo anekdot zo života, – uvádzať veľmi krátke citácie, – venovať pozornosť záverečnej vete, ktorá má zrekapitulovať dojem. Prirodzene, odporúča venovať pozornosť aj titulku, resp. titulkovému bloku profilu.

Najvyšším kritériom kvalitného profilu podľa J. de Brouckera je vierohodnosť. Lichotivý profil je príliš krásny na to, aby sa mu dalo veriť, obviňujúci profil príliš zlomyselný na to, aby mohol byť spravodlivý... Profil je informácia, karikatúra je už komentár a podlieha iným zákonom.³⁵

Tolko na margo žurnalistických žánrov z pôvodných prameňov, ktorých teória je vo Francúzsku skutočne detailne rozpracovaná. Francúzski žánrológovia venujú veľkú pozornosť využitiu dokumentácie, zdrojom informácie, organizácii práce, správaniu v teréne, spracovaniu poznámok a získaných informácií do podoby toho-ktorého žánru. Nezabúdajú ani na jazyk a štýl uvedených žánrov. Detailnosť záberu ide až do takej hĺbky, že napríklad pri interview žurnalistovi odporúčajú ísť na stretnutie s bankárom v obleku a kravate, pretože pre bankára je kravata v podstate súčasť pracovného výstroja, prípadne mu vysvetľujú, čo má robiť prvých a posledných päť minút rozhovoru... Našou snahou vzhľadom na priestor, ktorý sme mali k dispozícii, bolo priblížiť aspoň základné myšlienky tejto teórie a dať tak možnosť čitateľom *Otázok žurnalistiky* oboznámiť sa s nimi, resp. inšpirovať sa. Obsahom záverečnej časti – *Žurnalistické žánre vo Francúzsku – III* – budú komentujúce žánre, ktoré budú uverejnené v nasledujúcom čísle.

Adresa autorky: doc. PhDr. Danuša Serafinová, CSc., katedra žurnalistiky FFUK, Štúrova 9, 811 02 Bratislava

Journalistic Genres in France – II

Danuša Serafinová

Keywords: news genres using original sources – report – reportage – interview – enquête – profile

This study aims to explain to the students of journalism, theoreticians, journalists as well as the readers of the Question of Journalism how the French genreologists see the category of journalistic genres which they use to call “the news gen-

res using original sources” and which includes report, reportage, interview, enquête (inquiry) and profile. The high sophisticated French theory of journalistic genres should inspire the readers as an example worth to follow.

35 BROUCKER, J. de: c. d., s. 197.