

## 5) JAK SE DĚLÁ ROZHOVOR

**rozhovor** → jeden z klíčových a nejatraktivnějších žurnalistických žánrů

- pro čtenáře snadno konzumovatelný (např. nudnější otázku lze přeskočit)
- novináři se jím zbavují odpovědnosti (dostávají odpovědi, které by chtěli napsat, ale sami by si na to netroufli)

**zásadní východisko** pro tvorbu rozhovoru → nutno vědět, **pro jaké médium** (čtenáře) rozhovor děláme a **k jakým účelům ho chcete použít** → jiný rozhovor vznikne pro časopis pro ženy a zcela jinou přípravu pak vyžaduje rozhovor pro specializovaný lékařský časopis

ideálně: pročítejte rozhovory vedené renomovanými novináři → uče se!

### typy rozhovorů

#### 1) podle použití

- **informační** (backgroundový) – slouží jako zdroj informací pro jiný článek, nebude publikován samostatně → propojujeme výpovědi zpovídaného s jiným textem)  
př.: [https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/ondrej-kepka-hericka-asociace.A200413\\_172015\\_filmvideo\\_spm](https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/ondrej-kepka-hericka-asociace.A200413_172015_filmvideo_spm)
- **krátký tematický** – často doplněk většího celku (např. článek na nějaké téma, který je doplněn o kratší rozhovor důležitého účastníka akce – př. článek o chystaném festivalu doplněn o rozhovor s dramaturgem nebo ředitelem)  
př. <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/bleskovy-rozhovor-s-hercem-davidem-mataskem/398948>  
př. <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) X **životopisný** (shrnuje život zpovídaného – např. když sportovec končí kariéru, tak lze bilancovat jeho sportovní i soukromý život)  
př. <https://www.divadelni-noviny.cz/radim-vizvary-navozujeme-si-jizansky-pocit>  
př. <https://www.divadelni-noviny.cz/napadaji-nas-ty-nejhors-scenare>  
př. <https://magazin.aktualne.cz/kultura/divadlo/michal-docekal-mestska-divadla-prazska-rozhovor/r~59caed34ce1f11e889f40cc47ab5f122/>  
př. <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/reziser-a-scenarista-petr-kolecko-i-hovada-maji-srdce-40291180>

#### 2) 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)

### realizace rozhovoru

#### 1) příprava rozhovoru → klíčová, zásadní fáze

- **organizace** → nutná domluva předem → obě strany musí znát účel rozhovoru a jak s ním médium hodlá naložit (také zda bude na místě přítomný fotograf + kolik času bude k dispozici)
- předem nutno domluvit i autorizaci – kdy novinář před zveřejněním dodá rozhovor zpovídanému ke kontrole – pokud to vyžaduje (domluvit pravidla včetně časového harmonogramu autorizace)
- **příprava novináře na rozhovor** → detailní a pečlivé seznámení se s tématem i s interviewovanou osobou
- nutno vypracovat detailní rešerše o zpovídané osobě → zmapování zvoleného tématu a příprava otázek = směru, kterým rozhovor hodláme vést → vyhledáme dostupné materiály z dřívějšíka:
  - rozhovory a články, které o tématu/osobě vyšly (knihovna, archiv, internet)
  - sebezprezentaci osoby (internetové stránky)
  - jeho tvorba
- dopředu si **přípravit okruhy** k rozhovoru a rozvrhnout si otázky (i protiotázky), začátečníky si je vždy připraví
- úvodní otázka → nejdůležitější, má evokovat a podhalovat zpovídanou osobnost
- pozor na „zmnožení otázek“ → několik dotazů v jednom otázkovém bloku působí spíše zmatečně
- na požádání je vhodné předat zpovídanému okruhy předem (ne otázky, chyběla by autenticita)

#### 2) vedení rozhovoru

- **způsob vedení rozhovoru:**
- začátečníci bývají nejistí a nervózní, množstvím rozhovorů se to změní

- důležité:
  - nepřijít pozdě
  - být vhodně oblečený
  - být dobře technicky vybavený → dobrý diktafon (pro důležité rozhovory raději dva) + zkusit 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
  - povzbuďte zpovídaného úsměvem nebo pokýváním hlavy
- nenechat se zatlačit do defenzívy → 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 námitkách 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

- **forma 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
- rozhovoru je dobré dát nějaký rámec (např. popsat okolnosti, za kterých vznikl)
- při zpracování rozhovoru → se nelze dogmaticky držet přepisování mluvené řeči
  - vynecháme slovní vycpávky (ehm...)
  - přeformulováváme věty, aby byly spisovné a stylisticky správné, vždy se zachováním smyslu (vytvoříme textovou podobu, která by zpovídaného 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 zpovídanému + můžeme mu klást dodatečné otázky

### 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