

# EDITORIAL

V buchlovských kopcích jste si možná všimli nápisu u cesty: Dršť'ková Koleno. Neumělý, ručně vyvedený text asi nevstoupí do dějin marketingu, ale já bych jeho efekt nepodceňoval. Projíždějícím sděluje nejen dvě zásadní položky z menu té restaurace (či spíše stánku? – nikdy jsem tam nebyl), ale grafika „billboardu“ a jeho umístění, jakož celá ta neumělá lapidárnost perfektně sdělují, co může návštěvník očekávat (a co naopak nedostane).

Hned je například jasné, že o michelinskou restauraci nepůjde, takže náročnější klientela ani nepřibrzdí. A vegani přidají plyn. Na druhou stranu: neevokuje nápis „Dršť'ková Koleno“ jistý druh rutinní solidnosti české/rakouské kuchyně? V duchu možná vidíme ty příbory ze školních jídelen z 80. let (pokud tedy nejsou plastové a neservíruje se v plastových miskách či na papírových táčcích). Čekáme lehce odměřenou obsluhu, která nepřerušuje hovor s místními štamgasty, ani když nám servíruje jídlo. Ve vzduchu v místnosti s nízkými stropy se mísí vůně česneku, papriky a majoránky s pečeným vepřovým a štiplavou vůní hořčice a křenu (ten bude ale za příplatek, stejně jako další porce chleba). A tu dršť'kovou a koleno čekáme v poctivé a roky ustálené kvalitě. Slušný výkon od jedné zaprášené cedule s geniálně prostou dvouslovnou zkratkou, což?

Při volbě názvu odborného příspěvku se nám něco takového povede jen málokdy, jistě také proto, že předmět konzumace je diametrálně odlišný (snad mi autoři prominou, že jejich tvůrčí výkony tu přirovnávám k dršť'kově). Podobně jako u té restaurace ovšem platí, že titulek je významnou součástí hry a neměli bychom jej podceňovat. Zejména u začínajících autorů často rozhoduje o jeho úspěšnosti (čtenosti). Tak jako cedule u cesty, může název čtenáře (hosta) hladového po informacích (jídle) přilákat, navnadit, odradit, ale také nudit nebo zklamat. Titulek prostě *je* důležitý.

Zvolit dobrý titulek je dovedností svého druhu; naštěstí není žádným uměním, z čehož plyne, že se dá naučit, či alespoň dobře okopírovat. Rozhodnutí o zdařilosti názvu je ale nakonec v rukou čtenáře, stejně jako potenciálního návštěvníka restaurace. Elektronické verze časopisů či pokladny restaurací ostatně umožňují tento úspěch i měřit: za jídlo platíme penězi a za článek (zejména) svým časem a pozorností.

Pokud bych měl uvést jen dva typické rysy, kterými se vyznačují názvy příspěvků v českých právnických časopisech (zvláště ve srovnání s vyspělejšími zahraničími), uvedl bych tyto: vágnost a skromnost.

K té vágnosti: Jednání naší redakční rady (a to i u jinak vynikajících příspěvků) často končí výzvou autorovi, aby svůj článek přejmenoval. Apel rady většinou doprovází konkrétní doporučení, či přímo návrh lepšího znění. Zvláštní kategorií titulků, na které je naše redakční rada obzvláště citlivá a důsledně je reklamuje, představují právě titulky

vágní: tematicky neurčité a mlhavé názvy („Započtení pohledávek“), které by slušely spíše šestisetstránkové monografii než desetistránkovému článku.

Vrcholnou a dosud nepřekonanou ukázkou tohoto žánru představuje příspěvek, který byl před dvaceti lety publikován v časopise *Správní právo*. Nazván byl „Nad jedním rozhodnutím“. Bohužel, redakční rada *Správního práva* neudržela nervy a ve výročním přehledu publikací tento úžasný název (informačně výživný asi jako návod k vysavači v čínštině) doplnila textem v závorce „zdánlivé manželství – poznámka redakce“, čímž celou zábavu tak trochu pokazila. Titulek tohoto druhu můžeme totiž při troše dobré vůle považovat za promyšlený produkt a dokonalou ukázkou tzv. strategie vágnosti (asi jako kdyby na lístku restaurace byla položka „Jídlo teplé – 189 Kč“).

Vzhledem k tomu, že článek „Nad jedním rozhodnutím“ vyšel v právnickém odborném časopise, vytušíme, že půjde o rozhodnutí nějakého soudu či správního orgánu, a nikoliv třeba o rozhodnutí majitele zahrady, že navečer poseká trávu. Ale to je tak vše, co z názvu zjistíme – a tato mlhavost atakuje naši fantazii podobně, jako by ji oslovil článek nazvaný třeba... „Článek“. Vágnost může paradoxně přitáhnout více čtenářů, než by přilákal jasnější titul – zvědavě čekáme, co za pokrm se z té páry pod pokličkou nakonec vynoří.

Vtipnou variací a zároveň ukázkou dokonalé strategické vágnosti s dovedně skrytou tematickou informací (a navíc doprovázenou nepřímým odkazem na klasický francouzský román), je proslulý Knappův článek „Devadesát devět“<sup>1</sup> věnovaný nájemním smlouvám s dobou nájmu na devadesát devět let (či jinou neúměrnou dobu). Vágnost tak může mít specifitější a zábavnější podobu titulků obrazných, metaforických, založených na pořekadlech, příslovích, názvech filmů, knih či písní nebo na hře se slovy. Pozornost čtenáře obvykle přitáhne tam, kde jsou kombinovány alespoň s náznakem obsahu – což je případ uvedeného Knappova článku. V posledních letech jsou takové titulky častější, což po neslaných nemastných názvech začínajících slovy jako „K některým aktuálním otázkám...“ čtenáři určitě vítají.

A k té skromnosti: V knize „Jak napsat odborný text“ autoři na více místech<sup>2</sup> uvádějí, že český styl vědeckých pojednání charakterizuje nižší stupeň formulační razance i přesvědčivosti: „Zjišťujeme vysokou frekvenci výrazů s funkcí oslabovat asertivnost tvrzení a omezovat jeho obecnou platnost, tj. s funkcí tzv. ‚hedging‘ (Myers, 1989). Těmito výrazy autor vědeckého pojednání např. předjímá výtky možného oponenta, připouští neúplnost, resp. předběžnost svého tvrzení, rezignuje na definitivnost svých závěrů a jejich obecné přijetí.“<sup>3</sup>

1 KNAPP, V. Devadesát devět. *Právní praxe*, 1994, roč. XLII, s. 570 a násl.

2 ČMEJRKOVÁ, Světlá, František DANEŠ a Jindra SVĚTLÁ. *Jak napsat odborný text*. Praha: Leda, 1999, s. 28, 53, 101 a 196.

3 *Ibid.*, s. 28.

Autorský *bedging* se neprojevuje jen ve vlastním textu, tj. při formulaci odborných závěrů. Demonstruje se také, a to velmi často právě u právnických publikací, skromností a uměřeností v titulcích. Statistiku nemáme, ale bylo by zajímavé zjistit, kolik článků publikovaných za posledních padesát let v právnických časopisech začíná opatrnými slovy „K některým aspektům...“, „K vybraným otázkám...“, „Poznámky k...“, „Malá úvaha nad...“, „Nad rozhodnutím Nejvyššího soudu k...“, „Zamyšlení nad...“ nebo jen uvádí předmět článku s předložkami „K...“ nebo „O...“ či „Nad...“

Autorský titulkový *bedging* (často nevědomý) bereme už jako český standard a jeho upejpavá vágnost nás neirituje tak, jako je tomu u jídel; („Tajemství šéfkuchaře“ nebo „Mexické šílenství“ nebo „Něco na cibulce“ možná u někoho budí zvědavost, ale nemyslím, že toto jsou dobré názvy pro jídlo).

Přesněji zacílené titulky jsou u nás méně časté, nemluvě o titulcích s rematickou informací, tj. s informací o výsledku bádání. Ty jsou u nás opravdu mimořádnou výjimkou, přitom čtenáři přinášejí nejvíce informací: takový název v rafinované kombinaci třeba s hříčkami či metaforickými a dalšími netradičními obraty představuje asi tu nejlepší podobu titulku.

Skeptik by možná podotknul, že česká autorská skromnost v titulcích obvykle nebývá falešná, naopak je zcela na místě. V zahraničí obvyklý formát důkladných analytických studií o rozsahu menší knihy u nás totiž není zaveden. České časopisy obvykle preferují příspěvky do limitu 20–25 normostran a v takovém případě opravdu nezbývá než podat výběr z problematiky. Lehce povadlé a nevyživné názvy typu „K některým otázkám...“ tak nakonec odpovídají skutečnosti. Negativní roli možná hrají i pravidla hodnocení vědy a předpoklady akademických povýšení, které stále zčásti bazírují na kvantitativních ukazatelích. Taktickým rozsekáním studie do menších článků tudíž autor získává více bodů.

Tak či onak, standardní vágnost i skromnost (často v kombinaci, ve které se vzájemně ještě zesilují) vedou českého čtenáře k relativně ležérnímu přístupu k titulcům a k jejich podvědomému podceňování. Čtenáři nevdají záměrně zamlžený název příspěvku, neboť je uvyklý hledat konkrétnější informace o obsahu jinak – např. letným přehlednutím článku. Anebo své rozhodnutí, zda článek vůbec začit číst, učiní podle jiného kritéria.

Nejlepším a nejjistějším titulkem se tak nakonec zdá být... dobré jméno autora. Jako ve vynikající restauraci se špičkovým kuchařem: můžeme objednávat (číst) zcela náhodně a nikdy se nezklameme. Tvůrcům s takovou pověstí můžeme jen gratulovat – asi tak, jako gratulujeme šéfkuchaři k získání michelinské hvězdy.

Zdá se, že pro právnícké publikace žádný michelinský průvodce není. On ale svým způsobem existuje, vytvářen námi všemi jako sbírka kolektivní zkušenosti. Tento neviditelný Průvodce se – a to je nadějí i varováním pro všechny *kuchaře* bez ohledu na hodnost – neustále aktualizuje.