

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2014-2018

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Markéta Hrušková

Role moderátora v televizním zpravodajství

Praha 2018

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Michael Schuster MBA

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2014-2018

BACHELOR THESIS

Markéta Hrušková

The role of the TV News Anchorman

Prague 2018

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

Mgr. Michael Schuster MBA

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala v práci, řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 17. 2. 2018

Markéta Hrušková

Poděkování

Děkuji panu Mgr. Michalovi Schusterovi MBA za vedení práce a návrh zajímavého téma na bakalářskou práci.

Anotace

Práce se zabývá rolí moderátora ve zpravodajství. Teoretické části se snaží popsat vývoj jednotlivých televizních stanic, uvést postavení moderátora ve zpravodajství a jeho komunikační prostředky. Rovněž uvádí, zda hraje klíčovou roli v celém zpravodajství. V teoretické části se dále snaží dokázat rozdíl mezi zpravodajstvím soukromé a veřejnoprávní televize. Poukazuje na rozdíly úrovně moderátorů jednotlivých stanic. V neposlední řadě uvádí rozdíly ve vzdělání moderátorů veřejnoprávní a soukromé televize. Nejdříve se pokusíme zjistit historii vzniku televizního zpravodajství a následně pak vznik i samostatných televizních stanic České televize a televizní stanice NOVA.

V další části se pak pokusím o definování profese moderátora, ve srovnání s ostatními profesemi jemu podobnými, abych lépe poukázala na činnosti, které jsou spojeny s prací moderátora. Dále budou uvedeny komunikační prostředky moderátora, kterými mluví k divákům.

V praktické části pak budou zkoumány vysílání hlavních zpravodajských relací České televize a televizní stanice NOVA. V analýzách bych pak ráda ověřila hypotézy uvedené v praktické části, pomocí rozhorů a dotazníkového šetření diváků.

Klíčová slova

Moderátor, komerční média, veřejnoprávní média, zpravodajství, žurnalistika, televize, televizní zpravodajství

Annotation

The work focuses on the role of an anchor in a TV news programme and whether he plays a key part in the whole programme. Further, it is trying to prove a difference between a TV news programme on a private and public TV and to point out the differences in hiring anchors and the differences in education between the public and private TVs anchors. Firstly, we will try to follow the history of TV news programmes and then the history of two TV stations – the public Czech TV and the private TV station NOVA.

In the next chapter, we will try to define the anchor profession in comparison to other similar positions so that we can better highlight activities that are linked to this job. Next, the means of communication of an anchor will be presented and the way he uses them to talk to his recipients. For the practical part, the main news programmes of the Czech TV and the TV station NOVA will be examined.

In the analysing part, we would like to verify the hypotheses mentioned in the practical part via interviews and a questionnaire survey of the recipients.

Keywords

Anchorman, privat media, public broadcasting madia, newscast, journalism, television, television reporting

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	10
1 HISTORIE TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ.....	10
Vznik televizního vysílání a zpravodajství	10
2 ROLE MODERÁTORA VE ZPRAVODAJSTVÍ.....	12
Definice moderátora.....	12
Postavení moderátora mezi žurnalistickými profesemi.....	14
Moderátor ve veřejnoprávním vysílání.....	16
Moderátor v soukromých médiích.....	17
3 ZPRAVODAJSTVÍ NA ČT 1 A TV NOVA.....	19
ČT 1.....	19
TV NOVA.....	21
4 ROLE MODERÁTORA VE ZPRAVODAJSTVÍ.....	23
Role moderátora v sociální komunikaci	23
Sociální interakce.....	25
Role moderátora v masové komunikaci.....	26
5 KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY MODERÁTORA	27
Moderátorova verbální komunikace.....	27
Moderátorova neverbální komunikace.....	28
PRAKTICKÁ ČÁST	35
6 ANALYZOVÁNÍ ROLE MODERÁTORA V TELEVINÍM ZPRAVODAJSTVÍ	35
Popis výzkumu.....	35
Výzkumné otázky a hypotézy.....	35

Hypotézy.....	36
Metodika výzkumu.....	36
Výzkumný vzorek.....	36
Časové rozvržení výzkumu.....	37
Výsledky výzkumu.....	38
Moderátoři zpravodajství čt a tv nova hrají významnou roli na sledovanost televizního zpravodajství.....	38
Požadavky na výběr moderátorů do televizního zpravodajství se liší ve veřejnoprávní televizi a v televizi soukromé.....	40
Diváci si vybírají televizní zpravodajství, podle osobnosti, které je moderuje.....	42
Závěr výzkumu.....	45
ZÁVĚR	47
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	49
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	52
SEZNAM PŘÍLOH.....	53

ÚVOD

Cílem této práce je pokusit se definovat rozdíly mezi moderátory ve veřejnoprávních médiích a soukromých televizních stanicích. Zjistit do jaké míry hrají osobnosti moderátorů roli ve sledovanosti televizního zpravodajství, jaké jsou jejich kompetence a vzdělání, jaké jsou kladeny požadavky na povolání moderátora ve vybraných televizních stanicích. A to tak, že bude autor analyzovat a porovnávat rozhovory moderátorů a personálních manažerů vybraných televizních stanic. Dále pak bude bakalářská práce analyzovat a porovnávat výsledky dotazníkového šetření diváků televizního zpravodajství. Záměrně byly vybrány dvě televizní stanice, veřejnoprávní ČT a komerční stanice TV Nova, pro lepší porovnatelnost výsledků výzkumu.

Výzkum byl založen na základě předem stanovených hypotéz týkající se úrovně zpravodajství a profesionality moderátorů vybraných televizních stanic, a zda jsou rozdíly při vybírání televizních moderátorů do televizního zpravodajství. Dále práce zkoumá požadavky na vzdělání moderátorů ve veřejnoprávní televizi a v televizi komerční. Autorka se bude snažit poukázat na rozdíly mezi soukromou a veřejnoprávní televizí nejen ve vzdělání jednotlivých moderátorů, ale i v přijímacích řízeních.

Literatura uvedená v seznamu posloužila obsahovou stránkou autorovi více v teoretické části, avšak informace nabyté z literatury jsou užity i v praktické části, kde mimo nich autor užívá obsahovou analýzu rozhovorů a dotazníkového šetření diváků televizního zpravodajství. Na základě získaných materiálů se práce snaží potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy bakalářské práce.

Vybrané téma je vhodné pro budoucí pracovníky v médiích a mediální sféře, kteří se chtějí věnovat moderování televizního zpravodajství, popřípadě jako pracovník zázemí redakce televizního zpravodajství. Dále může bakalářská práce posloužit jako výzkum prostředí ve veřejnoprávní a soukromé televizní stanici.

TEORETICKÁ ČÁST

1 HISTORIE TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

VZNIK TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ A ZPRAVODAJSTVÍ

Pro přiblížení vzniku televizního vysílání jsem zvolila dílo Pavla Verneru Zpravodajství a publicistika, zde je citace z literatury: „Vynález přenosu obrazu na dálku je dílem několika objevů a náhod, které třeba ani neměly s pozdější televizí nic společného. Lidé snili o televizi jako o létání. Příkladem toho mohou být nejrůznější pohádkové křišťálové koule a kouzelná zrcadla. První počátky postupných kroků lidstva k objevu televize byly zaznamenány již v polovině čtrnáctého století, v době vynálezu elektřiny. V té době byl již vynalezen telegraf (1844, Samuel Morse). Původní zadání na zlepšení optického telegrafu, který se stal současným vynálezem Velké francouzské revoluce. Předával zprávu z města Lille do Paříže za šest hodin. Tehdy se zrodila i myšlenka, zda by kromě zvuku nebylo možné též přenášet obraz.“ (Verner, Pavel, Zpravodajství a publicistika, s. 39)

Další vývoj televizního vysílání je připisán Pavlu Nipkowi, studentu z Neustadtu, v tehdejších západních Prusích, který byl mladý vynálezce, a díky stesku po mamince, kterou chtěl také vidět, nejen slyšet, dostal nápad, sestrojil otočný kotouč s průsvitnými pohledy ve spirále ke středu. Sestrojil přístroj a nazval jej elektronický teleskop. (Verner, Pavel, Zpravodajství a publicistika, s. 45)

Pro popis žánru zpravodajství a co zpravodajství znamená autorka zvolila odbornou literaturu Denis McQuail, Úvod do teorie masové komunikace: „Noviny jsou zřejmě archetypem i prototypem všech moderních masových médií a „zpráva“ je ústřední složkou novin (i když zdaleka ne jedinou). Rádio a televize byly do jisté míry modelovány podle novin, s pravidelnými zprávami jako hlavním těžištěm. Zpravodajství přitahuje zvláštní pozornost při diskuzi o mediálním obsahu prostě proto, že je jedním z mála z původních příspěvků masových médií ke škále kulturních forem vyjádření. Zpravodajství je základní činností definující velkou část žurnalistické práce. Zpravodajství je kromě toho rovněž činitelem odlišujícím noviny od jiných druhů tištěných médií: často jim vydobývá zvláštní postavení nebo ochranu ve společnosti –

dovoluje jim vyjadřovat mínění ve jménu veřejnosti. Mediální instituce by mohly jen těžko existovat beze zpráv a zprávy by nemohly existovat bez mediálních institucí. Na rozdíl od téměř všech forem autorství nebo kulturní tvorby nelze publikování zpráv provádět v soukromí nebo individuálně. Instituce poskytuje zázemí pro distribuci i záruku věrohodnosti a autority“ (McQuail, Denis, Úvod do teorie masové komunikace, s. 23)

Ve zpravodajství se jedná o organizované informování, je to jedna ze základních novinářských činností. Jde především o informování publika o aktuální dění na domácí půdě i v zahraničí. Zpravodajství by mělo být přesné, rychle, vyvážené, objektivní, nepředpojaté. Zpravodaj se musí řídit pěti otázkami, na které po položení, musí být článek schopen odpovědět. Jsou to otázky Kdy?, Kde?, Co?, Kdo? a Proč?

Pro tuto kapitolu autorka využila článek Petra Zemana Co je to zpravodajství, pokus o definování pojmu: *„Představme si následující postavy, které známe ze zábavné četby: průzkumník, který se zamaskován plazí terénem k pozicím nepřítele, aby zjistil jeho postavení a síly; špion-diplomat, který kryt svými výsadami a svou imunitou uplácí úředníka cizí země, aby prozradil utajené plány jeho vlasti; tajný policista, který se tváří jako lump a pod krytím proniká do zločinecké organizace, aby tam umístil odposlechové zařízení či aby ji „personálně“ zmapoval; operátor, který řídí dráhu a činnost snímkujícího satelitu, aby vyfotografoval detaily ze stavby záhadného objektu kdesi v Íránu; guerillový odbojář-specialista, který se snaží odhalit mezi svými spolubojovníky špehy nasazené vládními silami; podnikatelskou společností najatý soukromý detektiv, který se snaží ukrást marketingové plány či technické výkresy konkurenční firmy; atd. Co mají tyto postavy a role společného? Je to nevyřčené pravidlo: Vidět a nebýt viděn; slyšet a nebýt slyšen; vědět a nedat najevo, že vím. Každého, kdo uvažuje o zpravodajství a tajných službách, následně napadne, že tajné služby mají co činit s informacemi a s utajením. Informace, které „opatřovatel“ hledá, jeho protivník či protivník samozřejmě utajuje. Jedna citace za mnohé: „Zpravodajské poznatky jsou za často vyvozovány z informací, jež jsou zatajovány nebo se o nich nepředpokládá, že by je někdo [cizí] mohl získat.“ Shora uvedené příklady se týkají různých typů činnosti – ofensivně-výzvědné, defensivně-zabraňující, vojenské, na poli politiky, na poli ekonomiky, na poli boje proti zločinu, a to vše jak na domácí půdě*

vlastní země, tak v zahraničí (nebo „proti němu“). Pokusíme-li se abstrahovat tak, abychom zjistili, co všechna shora uvedená pojetí spojuje, lze navrhnout následující předběžnou definici zpravodajství. (Zeman, Petr, Co je to zpravodajství, s. 21)

2 ROLE MODERÁTORA VE ZPRAVODAJSTVÍ

DEFINICE MODERÁTORA

Pro definování této profese jsem zvolila odbornou literaturu. Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingu říká, že je moderátor: *„v televizi nebo rozhlasu průvodce pořadem, obvykle besedou nebo diskuzí, který jej uvádí, řídí a prezentuje. Je prostředníkem mezi diváky a účastníky rozhlasového nebo televizního pořadu. Moderátor je tvůrčí pracovník, který zpravidla spojuje několik tradičních rozhlasových či televizních profesí – redaktorskou, hlasatelskou, reportérskou, ale i komentátorskou a částečně také režisérskou a dramaturgickou. Uplatňuje se zejména v tzv. živém vysílání, převážně v pořadech typu magazínu. Moderátor interpretuje předem připravené texty, avšak značná část jeho produkce je zpravidla založena na osobité schopnosti improvizace, opírající se o široký všeobecný přehled i hlubší znalosti v oboru, resp. příslušné specializaci.“* (Halada, Jan, Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingové komunikace, s. 51)

Obecně televizní zpravodajství je určeno pro oči a uši diváka. Konkrétně moderátor má tuto úlohu splňovat. Pro diváky musí být tato kombinace pro zrak i sluch příjemná, a proto musí moderátor splňovat příjemnou vizuální stránku i hlasovou dispozici. Vzájemný vztah mezi těmito stránkami u moderátora rozhoduje o způsobu prezentace dané zprávy, ale také pochopení ze strany recipienta. Na rozdíl od jiných žurnalistických médií, televizní zpravodajství kombinuje více smyslů najednou. Na rozdíl od rozhlasového vysílání, kde je využit jen sluchový smysl diváka. Z důvodu vizuální stránky moderátora, používají televizní moderátoři svébytný styl vyjadřování a to tzv. audiovizuální jazyk. Podle díla Zpravodajství v médiích je audiovizuální jazyk: *„Výrazové a vyjadřovací prostředky, s nimiž pracuje redaktor televizního zpravodajství, lze metodicky rozdělit dvou částí: složku obrazovou a složku zvukovou. Jejich*

organizace a kompoziční uspořádání do účelné zpravodajské struktury se uskutečňuje průběžně ve všech fázích realizace jednotlivého příspěvku a vrcholí kompletací v procesu stříhové montáže nebo celkové skladby televizní zpravodajské relace. Obrazovou složku tvoří následující typologie statických a kinetických vizuálních prvků: Všechny druhy a nosiče obrazového záznamu (fotografie, film, video, digitální formy obrazového signálu, přímý přenos), syntetická počítačová grafika (včetně trikových efektů, animace a virtuální reality), dekorace a psaný text v nejrůznějších podobách. Zvuková složka je ve zpravodajských sděleních zastoupena převážně mluveným slovem (čtený text ve formě komentáře, synchronní výpověď jako monolog nebo jako dialog v rozhovoru, „stand-up“, apod.) a reálnými zvuky a ruchy prostředí, méně než hudbou a tichem. Zvláštním, ale významným výrazovým prostředkem jsou paralingvistické – nonverbální prvky, které se spolu s řečí uplatňují zejména při interpretaci televizního zpravodajského sdělení. Patří k nim dikce a tón mluvy, mimika a výrazy obličeje, gesta, pohledy očí, držení a pohyby těla, a také např. zvolené oblečení.“ (Osvaldová, Barbora, Zpravodajství v médiích, s. 37)

Další důležitou rolí moderátora je prezentace celého pořadu, protože televizní zpravodajství je často vnímáno jako hlavní pilíř celé televizní stanice. Je také důležité, aby moderátor prodal práci ostatních kolegů, kteří nejsou jako on vidět, ale mají na celém chodu mnohdy větší zásluhy než on. Moderátor má na starosti diváky pořadu, má je provádět televizním zpravodajstvím, pomáhat se orientovat v jednotlivých zprávách, ale také přimět k vyšší sledovanosti. Proto, jak je již zmíněno v citaci, je důležité mimo vizuální atraktivnost ovládat také tón mluvy, mimiku a výrazy obličeje, gesta, pohledy očí, držení a pohyby těla. To vše může přimět diváky k vyšší sledovanosti televizního zpravodajství a rovněž tak je odradit.

Rovněž důležité je i zvolené oblečení a to z důvodů jak vizuální stránky, protože moderátor musí vypadat reprezentativně, ale rovněž také ze stránky moderátorova pohodlí, protože když je nám např. horko, můžeme díky tomu ohrozit všechny již zmíněné paralingvistické – nonverbální prvky. Když se totiž necítí moderátor dobře ani jeho výkon nemůže být dobrý. U televizního zpravodajství je to nutnější o něco více, protože se vysílá živě a stříh není možný, je nutné stále pokračovat v započatém projevu. K dobrému výkonu moderátora vede mnoho různých aspektů, které je důležité

dodržovat. V nepřímé komunikaci, kdy komunikaci zpřístupňuje technický prostředek, je nutné diváka oslovit projevem. V důsledku nedodržení všech důležitých aspektů, jako je komfort, příjemné prostředí či špatná příprava moderátora, může být nepřímý proces komunikace mezi moderátorem a divákem narušen. (Dr. Musil Josef, CSc., Sociální a mediální komunikace, s. 19)

Profese moderátora se může lišit v důsledku pravidel daných zemí, pohled na profesi v České republice se markantně liší od pohledu například ve Spojených státech amerických. V tamních poměrech je moderátor často přezdíván jako „kotva“ zpravodajství. Míní se tím, že slouží jako autorita a hlava celého zpravodajství. Je hlavním pilířem celého televizního zpravodajství. Postavení proto určují jeho zkušenosti v žurnalistice a také jeho vzdělání. Podobného konceptu se drží i Česká televize, ve které je moderátor zpravodajství většinou zkušený novinář, ovšem není to přímou podmínkou. V České republice je rozdílem fakt, že zde slouží moderátor v televizním zpravodajství spíše jako hlasatel zpráv. Rozdíl mezi moderátorem a hlasatelem zpráv uvádím v následující kapitole mé práce. Zjednodušeně však tyto rozdíly vytváří, že moderátor je profese podílející se na skladbě pořadu a provádí diváky dějstvím. Na druhé straně hlasatel je profese, která sděluje divákovi informace na základě připravených reportáží redakce na základě aktuálních témat pro veřejnost. (Pečeně Lukáš, Moderace zpravodajských relací na ČT24, s. 20)

POSTAVENÍ MODERÁTORA MEZI ŽURNALISTICKÝMI PROFESEMI

Slovo moderátor se začalo v pravém slova smyslu používat až postupem času, prvotním významem byla označována látka, která zpomaluje rychlost neutronů při řízení jaderných reakcí. Až v 80. letech 20. století se začalo používat slovo moderátor místo slova konferenciér, které označuje osobu, jenž je průvodcem pořadu, obvykle zábavného charakteru, program uvádí a prezentuje prostřednictvím mluveného slova. Profese moderátora a profese konferenciéra, avšak není jedna a ta samá, o vysvětlení se pokusím později. Rovněž do vysvětlení zahrnu ještě jednu profesi a to konkrétně profesi reportéra. Zároveň i tato profese bývá totiž často zaměňována za profesi moderátora, například při politických debatách.

První profesí, kterou je třeba zmínit, je profese moderátor. Ta se liší, jak od profese konferenciéra, tak i od reportéra. Mezi prací moderátora a konferenciéra je rozdíl v tom, že úkol moderátora je většinou usměrňovat. Rozdíl mezi těmito profesemi můžeme dobře pozorovat například při politické debatě, kde má za úkol konferenciér předávat slovo jednotlivým zúčastněným, kdežto moderátor může, a je v jeho kompetenci, vstupovat do řeči jednotlivým mluvčím, pokládat jim otázky, poukazovat na skutečnosti, pokud se jejich názory liší. Moderátor by zároveň měl mluvit k divákům, což je důležitý aspekt právě v televizním zpravodajství. Profesi moderátora v televizním zpravodajství chápeme člověka, který provádí diváka danou reportáží, vysvětluje mu, co se v dané reportáži odehrává a také mu ji prodává, to není v kompetenci konferenciéra. Není to ani v kompetenci reportéra, ten nemá za úkol se při práci soustředit přímo na diváky. Samozřejmě se ale také do jisté míry na diváky soustředit musí, například v tom, aby byla reportáž pro diváky zajímavá, aby byla snadno pochopitelná a také, aby divákům podávala pravdivou informaci. Rozdíl je v tom, že moderátor musí reportáž předat divákům a teprve potom má odpracováno. Jeho prací je správně se seznámit s danou reportáží, konzultace s reportérem a diváky na ní upoutat svým projevem.

Profese konferenciér, se nevyskytuje ve zpravodajství. Jak jsem již uváděla, je to osoba, která provádí pořadem, obvykle zábavného charakteru, program uvádí a prezentuje prostřednictvím mluveného slova, avšak na rozdíl od moderátora většinou jen předává slovo a do chodu pořadu se příliš nezapojuje. Jeho hlavní náplní práce bývá často, komunikace s obecností, většinou vyplňovat čas mezi vystoupeními bavením publika. Reportér je naopak profese, která patří neodmyslitelně ke zpravodajství a je jeho nedílnou součástí. Nekomunikuje přímo s diváky, ale i on se zviditelňuje charakterem své práce.

Obě profese, jak moderátor, tak i redaktor jsou nedílnou součástí zpravodajství a jsou stejně důležité. Jestliže moderátor špatně pochopí reportáž, potom nemá ani divák šanci ji pochopit. Moderátor musí diváka navést na správný kontext. Dále je stejně důležitá stoprocentní připravenost moderátora a dobrá informovanost, v případě, že by došlo k technickým problémům ve vysílání či jiným komplikacím, musí pohotově improvizovat. (Reifová Irena, Slovník mediální komunikace, s. 46)

MODERÁTOR VE VEŘEJNOPRÁVNÍM VYSÍLÁNÍ

Na moderátora ve veřejnoprávních médiích jsou kladeny jiné nároky než na jeho kolegy v médiích komerčních. Moderátor, který pracuje ve veřejnoprávní televizi, by měl být především zkušený novinář, který je kompetentní poskytnout objektivitu zpráv. Jak je již zmíněno v předešlé části mé práce, na zpravodajství se podílí větší počet lidí, nejen moderátoři, avšak právě moderátor je nejvíce vidět a divák ho tudíž může označit jako odpovědného za každou chybu, a právě proto je moderátor ten, kdo si musí být stoprocentně jistý, zda jsou informace, které poskytuje pravdivé a objektivní. Každá chyba může zpravodajství dané televize stát důvěru diváků a vést ke snížení procenta sledovanosti. Proto je důležitá a nezbytná moderátorova profesionální příprava.

Profesionalitou se vyznačuje zpravodajství České televize, i to dělá moderátora ve veřejnoprávním vysílání profesionálem. Uvádím zde citaci z rozhovoru s moderátorkou veřejnoprávního vysílání Danielou Písařovicovou: „***Jaký si myslíte, že je rozdíl mezi moderátorem veřejnoprávní a komerční televize? Určitě je to v profesionalitě moderátorů, víte v České televizi, kdo se vypracuje na to dělat moderátora, je skutečný profesionál a tato pozice, zde je považována jako jedna z nejúspěšnějších a také pomyslný vrchol profese, tudíž tomu také musí odpovídat kvality moderátora České televize.***“ (příloha B, Rozhovor s moderátory)

Česká televize klade důraz na vysokoškolské vzdělání, moderátoři uvádějící zpravodajství mají především vzdělání žurnalistiky, bohatou praxi, mnohdy letitou reportérskou činnost. Na rozdíl od komerčních stanic, které si vzdělání ani praxi nekladou jako podmínku. To autorka uvádí jako důležitý rozdíl mezi veřejnoprávní a komerční televizní stanicí. Další zajímavou specifikací veřejnoprávní televize je fakt, že dává prostor zkušenostem před vizuálním vzhledem moderátorů. Koncept veřejnoprávní televize vychází ze služby pro veřejnost. Její podstatou je uspokojit divácky recipienta z každé věkové skupiny, proto je její vysílací obsah tolik rozmanitý. Pro tento typ televizní stanice je moderátor důležitý tím, že vystupuje pod záštitou zpravodajství či jiného pořadí televize. Profesionalita je důležitější než u soukromých televizních zpravodajství tím, že moderátoři slouží spíše recipientům a přinášejí jim aktuální a objektivní zpravodajství.

„Na základě programu rady Evropy pro veřejné vysílání Česká televize především: Vytváří svými pořady orientační bod pro všechny členy společnosti a integraci všech jednotlivců, skupin a společenství. Zvláště se pak musí vyvarovat jakýchkoli forem kulturní, sexuální, náboženské či rasové diskriminace a společenské segregace. Poskytuje nestranné a nezávislé zpravodajství, informace a komentáře.“ (Kodex České televize, dodatek a., c., internetové stránky České televize: www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct)

V kodexu České televize je dále uvedeno již zmíněné o službě pracovníků veřejnosti: *„Pracovníci, kteří se podílejí na vysílání veřejné služby, musí splňovat vedle odborných požadavků také požadavky mravní. Odpovědnost jedinců, kteří oslovují statisíce lidí, je mimořádná i tím, že je stvrzována v nepřetržitém procesu a za všech objektivních i subjektivních okolností. Týmovou prací každodenně pomáhají rozvoji demokratické společnosti, obohacují veřejnost o nové poznatky, dávají prostor svobodné výměně názorů, pomáhají zachovávat tradiční hodnoty lidského života, rozvíjejí kulturní identitu a přispívají k orientaci ve světě.“* (Kodex České televize, internetové stránky České televize: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct>)

MODERÁTOR V SOUKROMÝCH MÉDIÍCH

Moderátor v soukromých médiích, jako je uváděna v mé práci televize Nova, se také musí držet etického kodexu, nemusí však splňovat tak přísné požadavky, jako televize veřejnoprávní. Moderátor, který uvádí televizní zpravodajství televize Nova, by měl být především pro diváky přitažlivý a atraktivní, jak později budu ještě uvádět v mé práci. Podmínkou rozhodně není vysokoškolské vzdělání oboru žurnalistiky nebo bohaté zkušenosti v odvětví žurnalistické praxe. Podle rozhovorů a průzkumů, pracuje v televizi Nova většina moderátorů bez vysokoškolského vzdělání v oboru žurnalistiky. Většinou se jedná o veřejně známější osobnosti než v televizi veřejnoprávní. Reportérskou činnost by měl vykonávat i moderátor komerční televize a podílet se na tvoření reportáží. Většinou se jedná již o malé úpravy ze strany moderátora, avšak musí být pečlivě seznámen s reportáží, aby mohl diváka provést. Stejně jako na veřejnoprávním médiu i v soukromém je zapotřebí nadání moderátora na řečnické schopnosti a zaujetí diváka. V komerčním médiu záleží role moderátora na tom, jaké má televize zaměření a jaký má televizní zpravodajství formát, není tak objektivní jako

zpravodajství ve veřejnoprávní televizi. Liší se obsahově, v soukromé televizi obsah zpravodajství není tak rozšířený a obsahuje také upoutávky na seriály televize Nova, které moderátor uvádí a láká tak recipienty k sledování.

Důležitý ukazatel v televizním zpravodajství je nejen mluvené slovo, ale také vizuální stránka. Veřejnoprávní televize ČT 1 si zakládá více na profesionalitě a zkušenostech, než na vizuální stránce moderátora. V soukromém médiu je pro pozici televizního moderátora vizuální stránka, neboli to, jak moderátor vypadá pro diváky, prioritou. Zde je uvedena odpověď z přílohy B rozhovor, která byla zmíněna již výše v práci, kdy moderátorka ČT 1 Daniela Písařovicová odpovídá na otázku: „**Jaký si myslíte, že je rozdíl mezi moderátorem veřejnoprávní a komerční televize?:** *Určitě je to v profesionalitě moderátorů, v České televizi, kdo se vypracuje na tuto pozici, je skutečný profesionál a tato pozice je zde považována jako jedna z nejúspěšnějších a jakýsi pomyslný vrchol profese. Myslím, že profesionalita je jednou z priorit České televize.*“(příloha B, Rozhovor s moderátory)

Z odpovědi poskytnuté od moderátorky veřejnoprávní televize je zřejmé, že hlavním rozdílem, mezi již zmíněnou soukromou televizní stanicí a veřejnoprávní televizí, je to, že v České televizi se musí moderátor na své místo vypracovat, netvrdím, že v soukromém médiu tomu tak v některých případech nebývá, avšak, v komerční televizi jsou vybráni moderátoři většinou již za účelem vysoké sledovanosti.

Pro tuto kapitolu byl zvolen článek Jana Májíčka z internetových stránek Britské listy, kde píše: „*V kontextu debaty o České televizi se hodí druhá rozlišovací dvojice: veřejnoprávní a soukromé. Veřejná služba versus služba zisku. U soukromého elektronického média rozhoduje zájem vlastníka a ten je, jako u každé soukromé společnosti, vydělat. Co bude podporovat sledovanost a prodávat reklamní čas a co je povinná úlitba tlaku odborných zástupců veřejnosti v Radě pro rozhlasové a televizní vysílání, která dává licence (např. fakt, že i zábavná televize by měla vysílat zprávy), to se pak také vysílá. Musí se dodržet slib, daný v licenčních podmínkách. Veřejnoprávní televize je sice nucena také reflektovat sledovanost a oslovování mainstreamového publika. Nesmí rezignovat na boj o "většinového" diváka, ale není to její primární a jediný úhel pohledu. Tedy pokud se z ní nemá stát jen klon té soukromé.*“ (Májíček, Jan, Britské listy, článek Česká televize: rozdíl mezi veřejnoprávním a soukromým médiem, URL: <https://legacy.blisty.cz/art/55795.html>)

Jde tedy především o to, že v soukromém médiu, je obsahová stránka ovlivněna podstatně ziskem. To můžeme pozorovat, jak u markantně vyššího počtu reklam mezi pořady, tak i u rozdílnosti obsahu zpravodajství. Na soukromé televizní stanici není program postavený na televizním zpravodajství, a proto se může do obsahu vmísit i upoutávka na večerní pořad. Naopak na veřejnoprávní televizní stanici jde o to, poskytnou recipientovi co nejvíce objektivních a aktuálních zpravodajských reportáží.

3 ZPRAVODAJSTVÍ NA ČT 1 A TV NOVA

ČT 1

Počátek vzniku programu ČT se připisuje 1. lednu 1992. Před tímto názvem se jmenovala televizní stanice Československá televize. Byla založena v roce 1953 jako organizace zajišťující televizní vysílání. Televizní program začal vysílat jako ČST. Pravidelné vysílání bylo zahájeno až 25. února 1954. V roce 1970 došlo k přejmenování programu na ČST 1. Barevně začala stanice vysílat od roku 1975. Stejně jako ostatní média v té době, byla i tato organizace podrobena silné cenzuře. Byla součástí našich dějin, např. v procesu společenského uvolňování v srpnu 1968 zajišťovala několik dní dokonce vysílání o okupaci ČSSR a poté se stala součástí normalizace. ČST měla poměrně dlouhou dobu pouze jeden program, druhý program vznikl až roku 1970. Bylo to rovněž z důvodů omezeného časového vysílání. V průběhu sametové revoluce roku 1989 se mnoho zaměstnanců Československé televize přidalo na stranu protestujících, a tak bylo umožněno šíření důležitých zpráv o průběhu revoluce.

V roce 1992, po osamostatnění České republiky, se stala z Československé televize Česká televize. *„Při jejím vzniku nebyly vyřešeny některé zásadní otázky související s její činností, zejména otázka okruhů, na nichž má vysílat, a otázka jejího financování. Zatímco o vysílacích okruzích České televize již v mezidobí rozhodnutí padlo, problém jejího financování není dořešen dodnes. Česká televize se ujala role provozovatele vysílání na programech ČTV a OK 3, a svého majetku, jehož základem byl majetek podle zákona převedený z Československé televize.“* (Májíček, Jan, Britské listy, článek Česká televize: rozdíl mezi veřejnoprávním a soukromým médiem, URL: <https://legacy.blisty.cz/art/55795.html>) *Také velká část pracovníků přišla z Československé televize. Česká televize použila základní organizační strukturu, kterou*

vytvořili její pozdější vedoucí pracovníci - ještě pod hlavičkou Československé televize - během roku 1991. Přinášela zásadní změnu ve vztazích mezi řízením programu, vlastní tvorbou, výrobou a ekonomickými hledisky. Tento kvalitativně nový vztah byl podmíněn zrušením tzv. hlavních redakcí, značným "odtučením" dramaturgie a ostatních kategorií redakčních pracovníků, spojeným s přechodem na větší množství tvůrčích skupin koncentrovaných jen do několika producentských center a studií. Mezitím proběhlo ve dvou kolech výběrové řízení Rady České televize na "definitivního" generálního ředitele České televize. Výběr z 38 uchazečů rada uzavřela 23. března, a k 1. dubnu 1992 jmenovala generálním ředitelem na šestileté funkční období stávajícího prozatímního ředitele Iva Mathé. Rada České televize schválila dne 15. dubna 1992 na návrh generálního ředitele první Statut České televize.“ (Internetové stránky České televize, Historie, URL:<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/>)

Tato televizní stanice je řízena zákonem o České televizi, který upravuje podmínky fungování této veřejnoprávní stanice. Nejvyšším orgánem je generální ředitel, který je jmenován Radou České televize na šest let.

Je jedinou televizní stanicí na území České republiky, vykonávající veřejnoprávní služby. Jejím úkolem je poskytovat divákům informace, zahrnující kulturní přehled, všeobecné vzdělání a v neposlední řadě i zábavu. Mimo program ČT 1 nabízí Česká televize široký výběr dalších programů, které vysílají na celém území České republiky. V mé práci, se zaměřuji konkrétně na program ČT 1, který je také hlavním programem. Česká televize vysílá i program ČT 2, který je neméně známý a je určen spíše náročnějším divákům, soustřeďuje se na intelektuální pořady, dokumenty a také filmy pro pamětníky. Ve škále stanic, je také program ČT 24, který je orientován na zpravodajství, které přináší aktuální zprávy po celý den. Pro mladé diváky je pak určen kanál ČT: D, který vysílá pohádky pro nejmenší, včetně nejznámějšího pořadu pro děti České televize Kouzelná školka. Ve večerních hodinách se pak mění na televizní kanál ČT art, který jak z názvu vyplývá je určena náročnějším divákům a je zaměřen na vysílání např. zajímavých filmů, koncertů či divadelních představení. Pro sportovní nadšence je určen televizní kanál ČT 4, který přináší sportovní zpravodajství a přenosy z různých důležitých sportovních utkání.

Kanál ČT 1 představuje mainstreamový program. Je zaměřený na širokou veřejnost a mnoho věkových skupin, tak, aby každý našel to své. Jako jediný z programů České televize se nejvíce podobá komerčním stanicím. Stanice vysílá domácí i zahraniční filmy, seriály, zpravodajství nebo například zábavné soutěžní pořady. Česká televize užívá pro produkci pořadů tři televizních studií v Praze, Brně a Ostravě.

Monika Horsáková ve své práci *Současné zpravodajství v televizi veřejné služby* uvádí: „*Prvořádným úkolem České televize je zprostředkovávat informace ve zpravodajských a aktuálních publicistických pořadech. Divákům poskytuje informace důležité pro jejich všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů. Pevné místo v programu zaujímá regionální zpravodajství.*“ (Horsáková, Monika, *Současné zpravodajství v televizi veřejné služby*, s. 32) Česká televize má tedy za úkol uspokojit recipienty všech věkových skupin. Má za úkol svobodné vytváření názorů občanů a také významně ovlivňovat mínění diváků. Proto musí být zpravodajství aktuální, pravdivé, srozumitelné pro všechny věkové kategorie a také nezávislé.

TV NOVA

Televizní stanice Nova je komerčním médiem. Tento druh média vzniká, především za účelem finančního zisku. Největší podíl finančního zisku, pak přináší do médií reklama. Důležitým faktorem u komerčních stanic je atraktivnost pro diváky, především jde tvůrcům o pobavení recipientů. Obsah se výrazně liší od veřejnoprávního média.

Televizní stanice Nova vznikla 4. února 1994. Přesně v půl osmé se odvysílaly první Televizní noviny televize Nova. Zakladatelem televize Nova byl Vladimír Železný, který po založení byl v období 1994 – 2003 generálním ředitelem. Televizní stanice Nova se řadí mezi komerční stanice a byla první českou celostátní soukromou televizí. Je rovněž po léta jednou z nejsledovanějších televizních stanic v České republice. Kateřina Fričová tehdejší ředitelka výroby, techniky a vysílání televize Nova popisuje v knize *Fenomén Nova vzpomínky na počátky založení nové televizní stanice*.

„*Bylo to v červnu 1993, kdy mi volal nějaký Jan Vít s dotazem, jestli bych se s ním nechtěla sejít a pohovořit o té nové budoucí televizi, která sice ještě nemá název, ale plánů má už více než dost na tři televize...Víta jsem neznala, nicméně můj muž mi*

tehdy řekl, že je-li to ten z Přítomnosti, tak by měl být v pohodě. Byl to on a byl v pohodě. Náš rozhovor trval asi dvě hodiny a závěrem jsem řekla, že si to tedy rozmyslím a prodiskutuji doma. Nabídka zněla – producent zpravodajství. Pak jsem strávila hodinku se Železným při rozboru zpravodajství. Myšlenka že bych mohla být u zpravodajství, které bude mít hlavu a patu, které bude opravdu aktuální a dá prostor všem názorovým proudům v této zemi, mě docela nadchla – a mé přemyšlení, jestli do té nové televize jít či nejít až tak složité nebylo. Navíc k mým představám organizačním mi Železný řekl jediné – dělejte si to, jak chcete. Na příští schůzce jsem nabídku přijala. Američané předložili i plán rozpočtu a vybavení kamer, studií, střížen. Byla to stěží půlka toho, s čím jsme nakonec začínali. Nastal boj o každou kameru. Dnes je situace jiná, ale musíme si uvědomit, že v roce 1993 se privátní sektor teprve rozvíjel, nájem kamer u soukromníků byl drahý, a často nespolehlivý. Navíc z Kavčích hor znělo jednoznačně: V žádném případě té nové televizi nic pronajímat nebudeme. Tím vznikla moje, už si nepamatuju, kde uveřejněná věta, že za svůj technický rozvoj děkuje Nova Ivovi Mathému. Ve finále si směla Nova pořádit i přenosový vůz, který nejen přenášel první přímý přenos 4. Února 1994 z Národního muzea, ale také několik prvních týdnů vysílání jistil vysílání odbavovacího pracoviště, mluvou lidí z Novy „éra“ v Měšťanské Besedě. A čím více říkali kolegové z ČT, že jsme šílenci, tím více nás to motivovalo k výkonům, o kterých jsme ani netušili, že jsme jich mocni. (Rožánek Filip, Fenomén Nova, s. 24)

Nova je od začátků své působnosti jednou z nejsledovanějších stanic v České republice. Tato televizní stanice je tak v čele žebříčku sledovanosti stanic. Její obsah se skládá jak, z pořadů inspirovaných ze zahraniční produkce, tak i z vlastní tvorby. Divácky je televize Nova populární díky svým pořadům Ordinace v růžové zahradě, Ulice či Comeback. V televizní stanici Nova se dále pojí kanály jako je Nova sport, Fanda, Telka, Nova Cinema či Smíchov, všechny uvedené kanály slouží výhradně k zábavě a pobavení recipienta. Byla první komerční stanicí v České republice. Její úspěch také souvisí s tím, jak posouvá hranice vizuálních standardů v televizním zpravodajství. Nejmodernější vybavení studia televizního zpravodajství, dotykové obrazovky či efekty zpravodajství se jsou pro diváky velice atraktivní. V současné době je v čele televize generální ředitel Christoph Mainusch. (Televize Nova, internetové stránky: tn.cz)

Jan Čulík vyučující bohemistiky na univerzitě v Glasgow a zároveň šéfredaktor internetového deníku Britské listy ve stejnojmenné knize popisuje vznik televizní stanice Nova: „Televize Nova vznikla začátkem devadesátých let v nepevné a destabilizované situaci. Nebylo spolehnutí na pevný právní řád a státní instituce neměli autoritu. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, regulační orgán, který vysílání televize Nova povolil, byl v očích veřejnosti jen souborem omylných jednotlivců, integrita některých z nich byla později dokonce zpochybňována ovlivňováním z korupce. Rada, která v roce 1992 udělila CET 21 za asistence americké CEDC (předchůdkyně CME) vysílací licenci na úplně jiný druh televizního vysílání, než jaký posléze televizi Nova vznikl, neměla o některých věcech ani tušení. Vysílací licenci na technicky snad nejkvalitnějším terestrickém okruhu v České republice udělila RRTV televizi Nova zadarmo. Za přenechání státního „rodinného stříbra“ soukromé společnosti tehdy vůbec nic nechtěla – například ve Velké Británii se přitom od dob Margaret Thatcherové udělují licence na komerční televizní vysílání na základě dražby, za platby ve výši desítek miliónů liber, a zároveň pod podmínkou, že komerční televizní stanice, které na terestrických vysílačích nevysílají ve volném tržním prostředí, ale z privilegovaného postavení, protože počet terestrických frekvencí je omezen, budou zároveň plnit určité požadavky na kvalitu televizního vysílání.“ (Rožánek Filip, Fenomén Nova, s. 41)

Zpravodajství televize Nova nemusí splňovat tak přísná kritéria jako veřejnoprávní televize, její Televizní noviny nejsou proto zdaleka tak obsáhlé a obsahují i reportáže, které by Česká televize odvysílat nemohla, například upoutávky na seriály či reportáže o lidech, kteří jsou v těžkých životních situacích a potřebují od diváků peníze.

4 ROLE MODERÁTORA V KOMUNIKACI

ROLE MODERÁTORA V SOCIÁLNÍ KOMUNIKACI

Definovat sociální komunikaci můžeme jako mezilidské sdělování informací, její podstatou je přijímání a předávání informací. Obě tyto činnosti přijímání i předávání informací, jsou přítomny v každé sociální komunikaci. Mediální komunikace je také

sociální komunikace, vyznačující se tím, že veškeré probíhající aktivity v ní jsou prostřednictvím médií. V mediální komunikaci není přímá zpětná vazba od diváka, avšak technologický pokrok zajišťuje možnost reakce recipientů na mediální komunikaci.

V této komunikaci je moderátor komunikátorem. Pro definování slova komunikátor byl zvolen Slovník mediální komunikace, kde je komunikátor definován: „*Je ten, kdo je původcem mediovaného sdělení a komu se zpravidla přisuzuje role iniciátora komunikačního chování.*“ (Reifová, Irena, Slovník mediální komunikace, s. 54)

Vybrat důležitou informaci, to je úkolem moderátora jako komunikátora, převést komunikaci na pokud možno srozumitelné pochopení pro diváky a iniciovat komunikaci. Důležité je, aby sdělované informace byly srozumitelné nejen pro diváky, ale také pro komunikátora. Pokud tomu tak není, může se stát, že nemusí dojít k úspěšnému předání informací, jak bylo původně zamýšleno.

Fakt, že komunikace byla dokončena úspěšně a adresát přijal předávanou informaci, je způsobeno několika faktory, kterým se říká bariéry. Ty jsou rozděleny do několika skupin. První bariérou jsou Psychické bariéry, které jsou způsobeny emocemi, charakterem komunikátora a diváka, nebo rozdílnou náladou. Jako příklad může posloužit ve vysílání projev únavy moderátora, či jeho stres. Další bariérou v předávání informací, je bariéra Subjektivní. Ty způsobují odlišné názory, či odlišné pohledy na danou věc. Projev této bariéry si můžeme povšimnout ve chvíli, kdy má moderátor, odlišný pohled na danou věc, než divák. Diváka tak nemusí upoutat a komunikace není úspěšná. Třetí bariérou je takzvaná bariéra Sociální. Ta vzniká z důvodu odlišných původů aktérů projednávané věci. Tato komunikace není vždy úspěšná, protože je aplikována přes masové médium, kdy moderátor mluví k velké skupině lidí, která má rozdílné sociální postavení, pak se může stát, že jedna ze skupin komunikaci nechápe, a proto nemusí být úspěšná. Další bariérou je bariéra Informační. Ta vyplývá z předpokladu, že divák a moderátor mají jiné vědomosti. Moderátor pak může divákovi sdělit informaci, kterou divák, na základě svých vědomostí nepochopí, pak může dojít k informační bariéře. Čtvrtou je bariéra, která je spojená s kolektivním charakterem novinářské práce. Ty vznikají na základě toho, že zpravodajská relace je kolektivní činnost. Moderátor je pak viditelný a reprezentuje práci celého kolektivu, pokud někdo

z kolektivu neodvede práci kvalitně, či se bude snažit upoutat na svou práci jako netýmový hráč, může být důsledkem toho, že konečný stav věci může narušit komunikaci mezi divákem a moderátorem. Další jsou bariéry plynoucí z procesu moderátorovy práce, které jsou poslední z možného nepochopení komunikace mezi divákem a moderátorem. Je to bariéra, kdy dochází, například z únavy moderátora, k tomu, že nepředá informaci divákovi přesně. (Pečeně Lukáš, Moderace zpravodajských relací na ČT24, s. 28)

SOCIÁLNÍ INTERAKCE

Jak bylo již zmíněno v práci, moderátor je důležitým faktorem v sociální komunikaci a hraje klíčovou roli komunikátora. Nyní je ještě důležité zmínit typy sociální interakce. Pro toto téma bylo zvoleno dílo John Thompson, Média a modernita, který ve svém díle rozděluje sociální komunikaci do třech druhů. Liší se především tím, jestli je to dialogická či monologická forma komunikace, časoprostorovým vnímáním, nebo rejstříkem symbolických prvků.

Prvním uvedeným je typ interakce tváří v tvář. Ta se odehrává ve sdílené přítomnosti. Oba konce komunikace sdílejí společně časoprostorový a referenční rámec. Dalším typem je mediovaná komunikace, v tomto případě spolu obě strany komunikace nesdílejí časoprostorový rámec, ale jde o dialog dvou stran. K tomu můžeme přiřadit například telefonický rozhovor. Při moderaci zpravodajství nejsou tyto dva uvedené typy interakce příliš důležité, proto se také příliš nepoužívají. Nejdůležitějším druhé sociální interakce pro televizní zpravodajství je kvaziintegrace zprostředkovaná. Ta je pro mediální sdělení a televizní zpravodajství typická. Masové médium zprostředkovává interakci (televize, kniha, internet). Kvazi se nazývá tento typ interakce proto, že k žádné interakci vlastně nedochází. Je zde užít totiž monologický způsob komunikace. Je typický tím, že probíhá k neurčité mase diváků jedním směrem. Tento typ komunikace přináší poměrně velkou svobodu na straně sdělovacího, ale na straně příjemce, mizivou šanci se vyjádřit a poskytnout zpětnou vazbu. Není ovšem tak zcela pravda, že se diváci nemohou vyjádřit a neposlat tak zpětnou vazbu. Jedním ze způsobů je přepnutí kanálu, pak v měření celkové sledovanost mohou sdělovací sledovat svůj úspěch u diváků. V dnešním světě nových technologií se však už lidé, jak již bylo zmíněno výše, mohou vyjádřit snadněji, než tomu bylo dříve. Thompson ve svém díle

dochází k závěru, že na úkor interakce tváří v tvář, přibývá více zprostředkovaných typů interakce. Lidé podle něj, získávají mnohem více informace od jiných zdrojů než od lidí. (Thompson John, Média a modernita, s. 34)

ROLE MODERÁTORA V MASOVÉ KOMUNIKACI

Prostřednictvím masových médií se odehrává zprostředkovaná kvaziintegrace, proto se v následující kapitola budě věnovat roli moderátora v masové komunikaci a pojem masová komunikace. Pro objasnění tohoto pojmu masová komunikace bylo zvoleno dílo Slovník mediální komunikace.: *„Komunikace masová je rovinou sociální komunikace. Je to proces přenosu sdělení od komunikátora k adresátovi, přičemž komunikátorem je komplexní organizace zaměstnávající profesionální komunikátory a užívající specializované technologie k výrobě vysoce standardizovaných sdělení určených pro rozsáhlé, nesourodé a disperzní publikum.“* (Reifová Irena, Slovník mediální komunikace, s. 52)

Při masové komunikaci je moderátor zástupcem média, který ho zároveň reprezentuje. Je hlavním komunikačním prvkem a také středem zájmu pro diváka. Masová komunikace probíhá jedním směrem od moderátora k divákovi, tím je typická. Jediným možným přerušením pro diváka je, že tuto komunikaci ukončí vypnutím přístroje, na kterém sleduje pořad. V dnešní době se, ale již televize a všechna masová média snaží držet moderních technologií, tak aby se od diváků dočkaly zpětné vazby.

Mezi tyto nové technologie patří například sociální sítě, kde dnes již každé médium komunikuje se svými recipienty a snaží se o udržení již zmíněné zpětné vazby. Lidé mohou s moderátorem komunikovat, říct mu svůj názor, či dojem, a tím dochází k odstranění bariér v komunikaci

Důležité pro správné přijetí informací je, aby měl moderátor u diváků důvěru, tu je možné velmi rychle ztratit, například špatnou přípravou. Pokud moderátor jednou podá špatnou informaci divákům, velká část opustí sledování daného moderátora a náprava této důvěry může trvat dlouho.

5. KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY MODERÁTORA

MODERÁTOROVA VERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Pro roli moderátora jsou důležité i jeho komunikační prostředky, kterými disponuje. Proto je důležité do této práce zakomponovat i část práce o komunikaci moderátora. Práce bude charakterizovat všechny prvky verbálního moderátorského výstupu.

V první fázi vysílání se moderátor snaží navázat s divákem kontakt, ten navazuje pomocí pozdravu, má tedy za úkol se s divákem přivítat. Při velkých zpravodajských relacích má pozdrav moderátora mnohem větší váhu, než například u odpoledních zpráv. Proto je pozdrav delší, nicméně ani u odpoledních relací by pozdrav neměl být podceňován. Dalším prvkem moderátorovy práce je pak čtení studiových úvodů reportáží. Těm se říká studio, jsou to úvodní reportáže, kterými je divák moderátorem lákán na zpravodajství. U studia je důležité, aby byl jeden celek s danou reportáží, ale zároveň je nepřijatelné přímé navazování studiového uvedení na danou reportáž. Důležitou verbální komunikací moderátora je také čtená zpráva. Ta je nejstarším typem televizní zprávy. Je to krátká informace, která je obvykle přejímána z tiskových agentur, je stylisticky upravená a živě interpretovaná ze studia moderátorem.

Neméně důležitý je i žánr obrazová zpráva. Ta je také nazývána „kraťas“. Většinou jde o informování méně důležitých zpráv a na pozadí hraje hudba. Tuto obrazovou zprávu pak doprovází hlas moderátora, který komentuje většinou dění na obrázcích. Někdy mohou tyto obrazové „kraťasy“ sloužit také jako vsunutá reklama na zpravodajství. Například televize Prima upoutává těmito obrazovými zprávami na své další odvětví pořadů zpravodajství (Krimi zprávy). Klíčovým prvkem zpravodajství jsou živé vstupy. Dříve bylo živé vysílání velmi výjimečné a dělali je jen velmi zkušené novináři. Dnes je již živý vstup velmi oblíbený, dokonce se mluví o extrémním nadužívání. Dochází zde ke komunikaci reportéra s moderátorem, to je důležité zmínit z hlediska verbální komunikace. Komunikace má předem stanovenou hrubou osnovu, ovšem verbální projev je pak již věcí improvizace. Moderátor je zde v roli určitého „předávajícího“ slovo reportérovi a nechává mu prostor pro jeho mluvu. Dalším důležitým prvkem v komunikaci moderátora je loučení se s diváky. U některých zpravodajských relací se může stát, že po poslední reportáži zpravodajství skončí a

následuje další část zpravodajství například sport, ovšem u hlavních zpravodajských relací je rozloučení se s diváky důležitou součástí zpravodajství. Od moderátora, nejen zpravodajství, se očekává bezchybná mluva, spisovný jazyk, srozumitelnost a profesionální projev v českém jazyce. V dnešní době se již upravuje zpravodajský jazyk na hovorovou formu spisovné češtiny, to způsobuje tak lepší komunikaci mezi moderátorem a divákem zabraňuje tak vzniku bariér v komunikaci. Moderátor by měl zvolit správnou větnou skladbu, obecně mluvit, dodržovat zásady novinářského jazyka a užívat aktivní slovesa. Vše je důležité pro porozumění mezi moderátorem a recipientem.

Televizní zpravodajství je typické tím, že vyjadřování plyne, jak přes zvuk, tak i obraz. Od moderátora televizního zpravodajství se tedy očekává, že bude hlídat srozumitelnost a vztah zvuku, obrazu a textu. Neměl by tedy tvrdit něco jiného svým komentářem, než je na obraze. Jedna z hlavních dovedností televizního zpravodajství je sjednotit a sladit všechny již zmíněné aspekty. Tvůrci tedy mají za úkol sladit mluvené slovo s obrazem tak, aby bylo pro diváka srozumitelné a smysluplné.

MODERÁTOROVA NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Je důležitou součástí v každé komunikaci. Neverbální komunikace vytváří přibližně 55% veškerého komunikačního sdělení. Oproti tomu jen 7% vytváří verbální část komunikace. Zbytek komunikace 38% pak tvoří paraverbální komunikace. Paraverbální komunikace představuje hlasitost projevu či tón hlasu, kterým moderátor mluví. (DeVito Joseph, Základy mezilidské komunikace, s. 27)

Jestliže v každodenní běžné komunikaci hraje značnou roli neverbální část, potom můžeme očekávat, že v komunikaci moderátora k divákům to bude stejné. Divák, jak již bylo řečeno, totiž nemá možnost okamžité zpětné vazby, nemůže hned reagovat na vysílatele zprávy. Proto úsilí, které by proběhlo v případě, že by byl veden dialog, přenesse větší soustředěnost na moderátorovo sdělení a to i na jeho neverbální komunikaci. Je důležité vyjmenovat si jednotlivé funkce neverbální komunikace.

Funkce Argumentativní je snažící se dokázat neplatnost či platnost tvrzení, podle Kleina se v této funkci nevyskytuje neverbální komunikace. Další funkcí, jež uvádí Klein, je Deskriptivní funkce, ta ověřuje pravdivost. U této funkce se objevuje, i když

v celku nepatrné množství, neverbální komunikace. Zbylé dvě funkce expresivní a signální projevují nejvíce neverbální komunikace. U signální funkce je důležitá neúčinnost či účinnost. U expresivní funkce je kladen důraz na viditelnost. Tyto obě funkce máme společné se zvířaty. To je podle Kleina odzvěňující fakt, proč je u zvířat neverbální komunikace tak podstatná. Na základě uvedených funkcí pak můžeme rozdělovat i různá gesta. Deskriptivní gesto je například ukázání rukou délka hada.

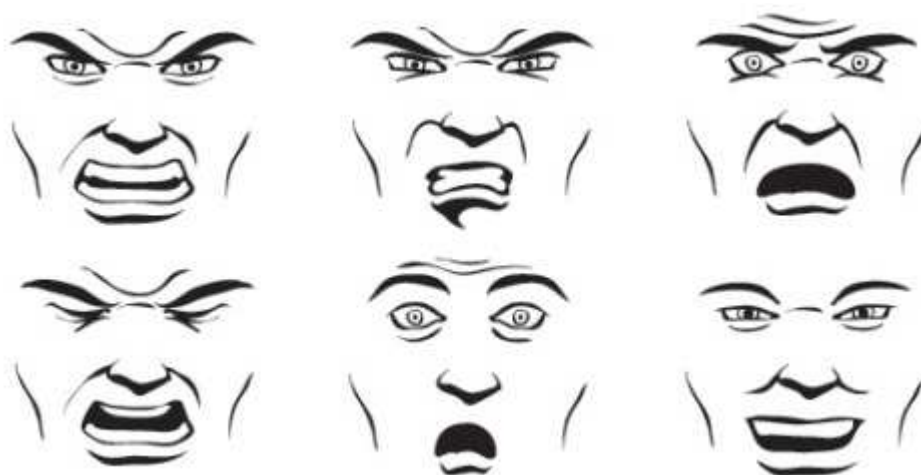
U moderátora televizního zpravodajství bychom takové gesto jen těžko hledali. Gesto signální například vyjadřuje signál a je určeno příjemci. Ty se naopak od gesta deskriptivního vyskytují ve zpravodajství často. Gesto expresivní pak vyjadřuje pocit mluvčího. Ty by se vzhledem k profesionalitě moderátorů neměly objevovat, už kvůli tomu, že by moderátor měl zůstat vždy nestranný a jeho projev by neměl být citově zabarvený.

Podle Kleina se komunikace dá rozdělit ještě na komponenty prvního a druhého řádu. Komponenty prvního řádu ovlivňují komponenty řádu druhého. První řád představuje držení těla, prostorové chování, umístění moderátora do prostoru. Na první řád a jeho komponenty pak navazují komponenty řádu druhého jako je gestikulace, mimika, třeptání očí. U moderátorů zpravodajství jsou typické komponenty prvního řádu. V poslední době televizní moderátoři dávají větší význam komunikaci neverbální. Dříve moderátoři v podstatě jen seděli a nehýbali se, tudíž nemohli dát prostot komponentům druhého řádu. Také nemohl divák vidět celé tělo moderátora, což omezovalo neverbální komunikaci a mohlo vyvolat komunikační bariéru. U moderátora zpravodajství dříve divák nemohl vidět pohyby nohou, přitom jsou nohy považovány za jeden z nejdůležitějších prvků neverbální komunikace. (Klein, Zdeněk, Atlas sémantických gest, s. 46)

Dnes můžeme vidět stojící moderátory zpravodajství v hlavních zprávách České televize, kde se již snaží dát důraz na neverbální komunikaci moderátora, ostatní stanice tohoto postavení moderátora využívají například při moderaci počasí či sportovních novin, ale v hlavních zprávách dnes ještě není běžné vidět celou postavu moderátora. Celkově jsou již moderátoři aktivnější a pracují například s dotekovým monitorem.

Autorka rozebírá v této kapitole i neverbální signály, která neodmyslitelně patří k neverbální komunikaci. Především rozebírá ty, které můžeme zaregistrovat u moderátorů televizního zpravodajství. Mezi ně patří například gestikulace, mimika, zrakové signály, mimojazykové signály, využití ticha a podobně. Pro toto rozdělení bylo zvoleno dílo Základy mezilidské komunikace.

Mimické signály jako jediné vyjadřují pocity nebo sympatie, jiné neverbální projevy již tolik emocionálního na nás prozradit nemohou. Proto je mimika důležitá při zkoumání neverbální komunikace moderátora. Mimika může vyjadřovat minimálně sedm emocí jako je odpor, opovržení, překvapení, hněv, smutek, štěstí, strach. Některé emoce jsou samozřejmě rozpoznatelné lépe než jiné. Pro odhalení jakékoliv emoce je třeba znát, jak se určitá emoce mimicky projevuje.



Zde na obrázku si můžete prohlédnout různost mimického vyjádření určitých nálad. Jak se může mimika lišit. Liší se v důsledku rozdílnosti jednotlivých kultur a také kontextů. V každé kultuře je považována za nevhodnou odlišná mimika. V japonské kultuře například není vhodné, aby se žena na veřejnosti smála příliš výrazně. Svůj smích potlačují nebo si zakrývají rukou ústa.

Zrakové signály, které se liší na směru, charakteru a délce pohledu. V navázání konverzace je velmi důležitý oční kontakt, ten by měl být v průměru dlouhý 1,18 sekundy. Pokud je oční kontakt kratší, druhý může nabýt dojmu, že nemá dotýčný o rozhovor zájem. Druhým opakem je oční kontakt, který je delší než doporučená délka a ten může vyvolat negativní myšlenky u druhého a může být spíše odpudivý.

Doporučovaný směr očního kontaktu je pak střídavý, střídat jednotlivé pohledy mimo oči a pak zpět do očí. U moderátora se střídání očního kontaktu nedoporučuje, protože sleduje kameru, pak by to mohlo vyvolat spíše negativní pocity diváků. I na moderátorovi může být mimicky znát nervozita či strach, dokonce, když není moderátor skutečný profesionál a dojde k jakémukoli problému, může divák zpozorovat vyděšení či nejistotu z dané situace.

Dalším neverbálním signálem pak může být gestikulace. Pomocí gestikulace může člověk dávat najevo například určité symboly. Nejznámějšími symboly jsou například dva prsty vztyčené do tvaru V. Nejčastěji jsou symboly vyjadřovány gesty, ale není vyloučeno je vyjadřovat i mimikou pro uvedení příkladu zvednutím ramen vyjadřujeme, že si nejsme jistí a podobně.

Slovní sdělení můžeme také doplnit ilustrátory. Příkladem pro ilustrátor je chvíle, kdy mluvčí popisuje určitou událost a přitom ukazuje jejím směrem. Také mohou sloužit k ukázání či naznačení velikosti daného předmětu. Jejich užívání může dopomoci k lepší komunikaci. Vzpomeňte si, když jste se nemohli dorozumět s osobou v její řeči a váš jazyk nebyl společný, pomocí ilustrátorů jste se mohli dorozumět. Pro kontrolu mluveného slova druhého používáme regulátory. Ty se mohou projevovat například mírným přikyvováním hlavy či různými druhy pohledů. Jsou to gesta a signály, kterými se moderátoři či mluvčí mohou dorozumívat a dát si najevo, kdy je na čase přidat na řeči nebo naopak ubrat. Dále se tak může předávat slovo dál. Může se samozřejmě také stát, že váš komunikační partner se nebude chtít dělit o slovo nebo naopak nebude chtít mluvit a podřídit se vaší komunikaci a z toho důvodu může regulátory přehlížet. Při projevu je také důležité zvládnout své pocity, k tomu slouží adaptéry. Může se stát, že mluvčí potřebuje, zvládnout stresovou situaci, která se mu připomněla například z minulosti. Pohrávání si s vlasy, pohrávání si s ušním lalůčkem, to všechno jsou adaptéry pro lepší zvládnutí stresu. (Kunczik Michael, Základy masové komunikace, s. 41)

Pokud předáváme signály pomocí předmětů, může jít o každodenní věci, jako je barva oblečení, prostoru a podobně. Každá barva je jinak vnímaná podle kulturního etnika. Pro každou kulturu znamenají barvy něco jiného. Například černá barva znamená ve většině západních kultur smrt a temnotu, pro Malajsijskou kulturu znamená

odvahu. Dekorace studia a barevné pozadí je velmi důležitou složkou moderátorovy neverbální komunikace. Některé barvy či pozadí mohou být pro diváky rušivým elementem a může nastat komunikační bariéra a odvádět pozornost od projevu moderátora.

Artefakty jako jsou například šperky, mohou fungovat stejně jako barvy. Pokud by měla na sobě moderátorka příliš výrazný šperk, může odvést pozornost a fungovat tak, jako rušivý element. I dekorace je důležitá v televizním studiu. Její rozvržení v prostoru musí být uspořádáno tak, aby nepůsobila rušivě na recipienta. Pro rozvržení dekorace studia je navržený model, kde je pult, za kterým je umístěn moderátor a v pozadí obrazovky. Tento model má divákovi neverbálně sdělit, že může očekávat zpravodajství. Touto dekorací se snaží řídit, až na pár odlišností, zpravodajská studia po celém světě. To může vést pocitu jakéhosi universalismu, avšak pocit navození zpravodajství je pro diváka velmi důležitý. Důležité je rovněž pro mluvčího jakým způsobem využívá svých řečnických schopností. Tímto druhem komunikace se zabývá komunikace mimojazyková. Mezi tento druh komunikace řadíme například akcent, hlasitost, slovosled, rytmus řeči či rychlost jakou mluvíme. Jednotlivé prvky mimojazykové komunikace nám mohou něco sdělovat. Pomalejší projev může například sdělovat, že jsme smutní, pomaleji sděluje například nějakou vážnou nebo smutnou událost. Naopak rychlý projev může představovat radostné zprávy či veselou náladu. Mimojazyková komunikace ovlivňuje i projev moderátorů zpravodajství, toho si můžeme povšimnout při čtení vážných a smutných zpráv, že moderátor zpomalí čtení dané zprávy, naopak když jde o zprávu veselou či radostnou moderátor zrychlí čtení zprávy.

Využití ticha je další komunikací. Není tak běžné ve vztahu moderátora k divákovi, avšak můžeme si povšimnout využití ticha před každou reportáží. Dále si ho můžeme povšimnout po uvítání diváků na začátku zpravodajství mezi uvítání a čtením první reportáže je odmlka a využívá se ticho k rozdělení pozdravu a další části zpravodajství. Dále může využití ticha sloužit například, když chce moderátor dát divákovi prostor po přečtení závažné zprávy či dát chvíli na vstřebání katastrofické události.

Mlčení může být v komunikaci rozdílně vnímáno podle různých situací. Například mlčení mezi manželi, kdy nastává tiché období. Je to důsledek nějakého sporu, kdy je

dána najevo ignorance obou partnerů. Pověstný přísloví, že klid přináší bouři, může v komunikaci ticho způsobit velké rozbroje mezi mluvčími. A i v tomto případě záleží na kulturách, protože v každé kultuře je ticho vnímáno jiným způsobem. Jako důležitou součást své kultury považuje mlčení kmen Apačů. Seznamování dvou lidí probíhá až několik dní v naprosté tichosti a tím se podle jejich kultury nejlépe lidé seznámí. Až po několika dnech poznávání se v tichosti na sebe začnou mluvit. Zároveň v období námluv je pro kmen Apačů tichost a mlčení projevem mírnosti a slušného chování. (Kunczik Michael, Základy masové komunikace, s. 45)

Neverbální komunikace jsou projevy a sdělení, odehrávající se v slovním vyjádření. Pro ještě podrobnější popis neverbální komunikace autorka zvolila články o neverbální komunikaci: „*Slovo komunikace má původ v latině. Je to výměna informací mezi dvěma a více lidmi o tom jak je vysíláme, ale zároveň i jak je přijímáme. Komunikace se projevuje slovy, gesty a tím, jakým způsobem zabíráme prostor. Pouze pět procent vašeho prvního dojmu tvoří obsah toho, co řekneme. A první dojem je to, co si o nás lidé zapamatují a také poslední, co zapomenou. Podle odborníků je největší část naší komunikace s okolím právě mimoslovní, neverbální. Reagujeme na postoje, výrazy tváře, pohledy, gesta, mimiku, tón hlasu. Mezi projevy řeči těla patří fyzický postoj, řeč očí, výraz tváře, gestikulace, pohyby těla, úprava zevnějšku, tón hlasu, jeho modulace a intenzita, a také i využívání prostoru, ve kterém komunikujeme. I tělesný pach o našem partnerovi v komunikaci prozradí hodně. Minimálně to, jakou má osobní hygienu, stravovací návyky anebo třeba i to, zda předchozí večer něco oslavoval u sklenky vína. Právě díky těmto projevům, i když nevědomým, dáváme svému okolí najevo, kdo jsme a jací jsme. Neverbální komunikaci se nemůžeme vyhnout, vnímáme ji totiž všemi smysly stejně, jako okolí vnímá i nás.* (URL: <http://www.performia.cz/odborne-clanky/neverbalni-komunikace-pri-pohovoru-sledovat-ci-ignorovat>)

„*Nejhorší, čeho se však prý můžete dopustit, je to když máte ruce zkřížené na prsou! Tenhle postoj na vás prozradí, že jste uzavřený, máte nedostatek sebevědomí, jste nervózní, zaujímáte obranný postoj, nesouhlasíte a podobně. Co když si ale kandidát těsně před pohovorem polil kravatu či košili kávou, a rukama chce zamaskovat skvrnu? Na všech našich přednáškách a seminářích klientům sdělujeme, že někteří lidé umí být skvělí při získávání práce. Oslní vás svou připraveností, žoviálností a skoro dokončují při pohovoru věty za vás. Po jejich nástupu však můžete brzy litovat, že jste se rozhodli*

tohoto člověka přijmout. Nejen že nepracuje, ale vytváří špatnou atmosféru v týmu. Tito lidé mají také přístup ke knihám o neverbální komunikaci, mají načteno, jaká gesta mohou používat a jak vám mají sehrát pěkné „divadlo“, aby zapůsobili.“(URL: <http://zeny.e15.cz/clanek/laska-a-vztahy/co-o-nas-prozradi-rec-tela>)

PRAKTICKÁ ČÁST

6 ANALYZOVÁNÍ ROLE MODERÁTORA V TELEVIZNÍM ZPRAVODAJSTVÍ

POPIS VÝZKUMU

Tento výzkum bude zkoumat televizní zpravodajství veřejnoprávní televizní stanice Česká televize a soukromé televizní stanice televize NOVA. Na televizních stanicích se bude snažit najít odpovědi na uvedené otázky. Bude analyzovat rozhovory s vybranými moderátory. Záměrně pak byly pokládány stejné otázky v rozhovorech všem dotazovaným, aby byly zřejmé rozdíly v odpovědích moderátorů soukromé a veřejnoprávní stanice. Zároveň bude proveden průzkum diváků, kde se bude práce snažit najít odpověď na poslední uvedenou otázku a to, zda má na sledovanost vybraného televizního zpravodajství, osobnost moderátora. Dále jsou v práci uvedeny rozhovory s personálním oddělením obou uvedených televizních stanic. Autorka se pak bude snažit dokázat, z dotazníkového šetření diváků, podle jakých kritérií si vybírají své moderátory televizního zpravodajství. Cílem této práce je také poukázání na mediální zviditelnění moderátorů a jeho vliv na sledovanost daného televizního zpravodajství.

VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY

V rámci analyzování a porovnávání rolí v televizním zpravodajství na vybraných televizních stanicích jsou stanoveny tyto výzkumné otázky:

- *Jakou roli hraje osobnost moderátora ve zpravodajství?*
- *Jaké požadavky jsou kladeny při výběrání moderátorů televizního zpravodajství na vybraných stanicích?*
- *Má na diváky vliv osobnost moderátora?*

HYPOTÉZY

Z výše uvedených otázek vyplývají následující hypotézy:

1. Moderátoři zpravodajství ČT a TV Nova, hrají významnou roli na sledovanost televizního zpravodajství.
2. Požadavky na výběr moderátorů do televizního zpravodajství se liší ve veřejnoprávní televizi a v televizi soukromé.
3. Diváci si vybírají sledování televizního zpravodajství, podle moderátorů.

Hypotézy výzkumu jsou potvrzeny nebo vyvráceny na základě sledovaného vysílání veřejnoprávní České televize a to konkrétně v hlavním čase večerních zpráv ČT1 a to v čase 19:00 až 19:50. V soukromých médiích pak na základě televizního zpravodajství televizní stanice NOVA a to konkrétně v hlavním večerním vysílání 19:30 až 20:20. Období zvolené pro tento výzkum bylo v době hlavního časového vysílání, kdy televizní zpravodajství sleduje největší počet diváků, a tudíž se dalo nejlépe analyzovat. Období bylo zvoleno pro rok 2018 z důvodu aktuality bakalářské práce.

METODIKA VÝZKUMU

Výzkum předem stanovených hypotéz a zajištění správných odpovědí na uvedené otázky v předešlé kapitole, využívá práce různé výzkumné metody a postupy. Mezi nejdůležitější metody výzkumu této práce, byly využity tyto: dotazníkové šetření, rozhovory a obsahová analýza dokumentů. Všechny rozhovory použité pro tuto práci byly vedeny strukturovanou formou. Rozhovory byly vedeny přímou i nepřímou interakcí. Po většinu času však převládala interakce nepřímá, z důvodu časového omezení dotazovaných. Do práce jsou následně zakomponovány i informace, nasbírané v průběhu výzkumu.

VÝZKUMNÝ VZOREK

Výzkumný vzorek metodik, které byly použity, vycházel z obsahových analýz rozhovorů se zaměstnanci, kteří pracují v médiích, které byly sledovány v této práci.

Konkrétně se jednalo o Marii Gutlovou, která pracuje jako vedoucí personálního oddělení televizní stanice Nova, dále byl rozhovor veden s Františkem Kovaříkem, který je rovněž vedoucí personálního oddělení v České televizi. V druhé části rozhovorů byly vedeny s moderátory z každé sledované televizní stanice. V České televizi byl rozhovor veden s Marcelou Augustovou a Danielou Písařovicovou. Poté byly rozhovory vedeny s moderátory zpravodajství televizní stanice Nova a to konkrétně s Lucií Borhyovou a Kristinou Kloubkovou. Dále byla užita obsahová analýza dotazníkového šetření, které bylo sestaveno autorem práce. Výběrem výzkumného vzorku se snažil autor bakalářské práce srovnat dvě významné televizní stanice a jejich zpravodajství. Výzkumný vzorek se tedy skládá z rozhovorů a dotazníkového šetření, jež mohou dokázat, jak moc ovlivňuje role moderátora televizní zpravodajství a jakou roli v něm moderátor hraje.

ČASOVÉ ROZVRŽENÍ VÝZKUMU

1.) Přípravná část

Cílem přípravné části práce bylo stanovit si seznam osob k rozhovorům a následná domluva, jak rozhovory zrealizovat. Další částí přípravy bylo také sestavení dotazníku pro diváky televizního zpravodajství.

2.) Realizační část

V této části proběhly domluvené rozhovory s moderátory a personálním oddělením sledovaných televizních stanic. Poté následovalo analyzování televizního zpravodajství jednotlivých televizních stanic. Dalším krokem realizační části pak byla realizace výzkumu mezi diváky televizního zpravodajství na základě dotazníkového šetření.

3.) Vyhodnocovací část

Získané materiály byly následně popsány a vyhodnoceny. Práce také určuje, zda došlo k potvrzení či vyvrácení stanovených hypotéz.

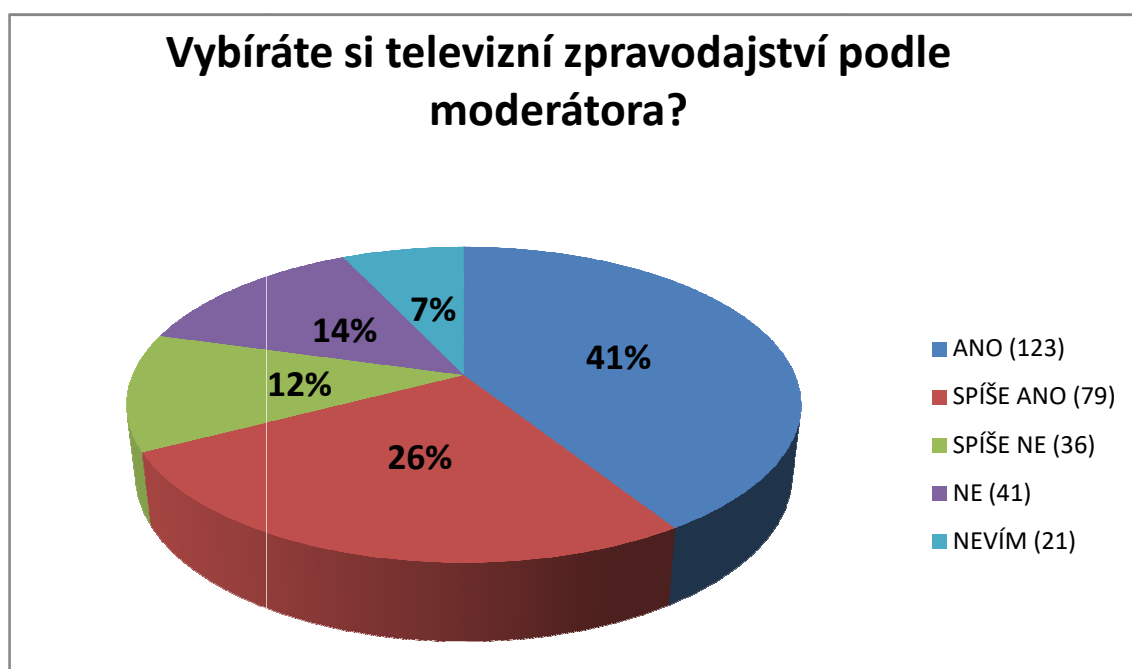
VÝSLEDKY VÝZKUMU

Cílem výzkumu bylo analyzovat a porovnat získané materiály, rozhovory, a odpovědi dotazovaných, které byly nasbírány během tvorby bakalářské práce. Ze získaných materiálů, pak vedla interpretace výsledků, díky kterým práce mohla potvrdit či vyvrátit platnost stanovených hypotéz.

Bakalářská práce obsahuje rozhovory s moderátory televizního zpravodajství na vybraných televizních stanicích. Dále obsahuje rozhovory s personálním oddělením televizních stanic. V obsahu se rovněž nachází analýza rozhovorů s diváky televizního zpravodajství a následné grafické znázornění výsledků průzkumu.

MODERÁTOŘI ZPRAVODAJSTVÍ ČT A TV NOVA HRAJÍ VÝZNAMNOU ROLI NA SLEDOVANOST TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Jak se již uvádí v této práci, moderátor je nedílnou součástí televizního zpravodajství. Pomáhá divákovi provádět ho televizním zpravodajstvím a jednotlivými reportážemi, které jsou vysílány. Neméně důležitý je projev a mluvené slovo, aby diváka zaujal a přiměl sledovat vybrané zpravodajství. Z analýzy dotazníkového šetření diváků televizního zpravodajství, se práce pokusí potvrdit či vyvrátit, zda je uvedená hypotéza pravdivá.



Z grafického znázornění je patrné, že procentuální většina diváků, upřednostňuje televizní zpravodajství, podle osobnosti moderátora, který zpravodajství uvádí.

Hlavním důvodem byly podle analýzy průzkumu, sympatie k jednotlivým moderátorům a také k obsahu zpravodajství. Část diváků uváděla, že upřednostňují zpravodajství České televize, z důvodu dojmu profesionálnějšího vystupování moderátorů.

Druhým nejčastějším důvodem je, že osobnost moderátora jim je známá. Povětšinou pak diváci uváděli jména moderátorů soukromé televizní stanice, více než veřejnoprávní. Důvodem může být také útok mediálního bulváru, který se pokusí známou osobnost zdiskreditovat proniknutím do jeho osobního života. V důsledku této situace pak může nastat zvýšení sledovanosti a následné zviditelnění osobnosti. Diváci chtějí vidět danou osobu více než předtím právě kvůli špatné reklamě. Existence případů, kdy bulvár hraje roli vzestupu sledovanosti televizního zpravodajství je stále vyšší. Pro můj výzkum k tomuto tématu posloužila celkem nedávná kauza kolem televizní moderátorky stanice Nova Lucie Borhyové, kdy ukončovali vztah s moderátorem sportovních novin stanice Nova Michalem Hrdličkou. Již tak nejsledovanější televizní zpravodajství dosáhlo při moderaci Lucie Borhyové vyšší sledovanost diváků. Větší sledovanost měli také sportovní noviny při moderaci tehdejšího moderátora Michala Hrdličky.

Nejen televizní stanice NOVA má vyšší sledovanost z tohoto důvodu, na veřejnoprávní televizi se také objevovaly kauzy okolo zpravodajství. V důsledku bulvárního propírání se stala obětí moderátorka Aneta Savarová, kterou mediální bulvár také často zmiňoval ve svém vydání. Diváci, chtějí vědět, o koho se jedná nebo jak dotyčný moderátor celou situaci snáší, a proto se sledovanost zvyšuje.

Dalším aspektem zvýšení sledovanosti, na který spoléhají hlavně komerční stanice, je postavení před objektiv televizního vysílání již známou tvář, která přitáhne diváky a zvýší sledovanost daného zpravodajství. Toho využila například televizní stanice Prima, která v roce 2014 posílila svůj kolektiv moderátorů hlavního večerního zpravodajství i odpoledního zpravodajství známé tváře, jako byla vítězka soutěže krásy Gabriela Kratochvílová či bývalý vrcholový sportovec Roman Šebrle. Tehdy se sledovanost

diváky televize Prima markantně zvýšila. Stejnou strategií se držela i televizní stanice NOVA, která má rovněž finalistku soutěže krásy Miss České republiky jako moderátora hlavního večerního zpravodajství od roku 2007 Renátu Czadernovou.

POŽADAVKY NA VÝBĚR MODERÁTORŮ DO TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ SE LIŠÍ VE VEŘEJNOPRÁVNÍ TELEVIZI A V TELEVIZI SOUKROMÉ

Pro analyzování této hypotézy byl zvolen rozhovor s personálními odděleními obou uvedených televizních stanic, jak České televize, tak i televizní stanice Nova a také rozhovory s vybranými moderátory televizních stanic, které naleznete v příloze.

Zde jsou uvedeny odpovědi obou personálních oddělení na jednu otázku a to konkrétně: *„Je podmínkou k přijetí novináře do vaší televize vysoká škola?“ :*

Odpověď z personálního oddělení televize NOVA:

„U nás se provádí výběrové řízení, když se hledá nový člen týmu zpravodajství, vítá se více praxe či doporučení, než vysokoškolské vzdělání, ale pokud je i k tomu diplom určitě na to přihlížíme.“

Odpověď z personálního oddělení České televize:

„Pro přijetí do České televize je nutné mít zkušenosti, protože konkurence je velká, samozřejmě se přihlíží na vysokoškolské vzdělání. Při výběru moderátorů koukáme na zkušenosti a také na řečnické schopnosti. Podoba přijetí může být různá, dokonce jsme měli případy, kdy jsme vzali muže, který prokázal svůj talent na dnech otevřených dveří a následně byl pozván na výběrové řízení. Pokud, ale nastupuje prvotně jako redaktor zpravodajství, tak se na vysokoškolské vzdělání v oboru přihlíží.“ (Příloha C, Rozhovor s personálním oddělením)

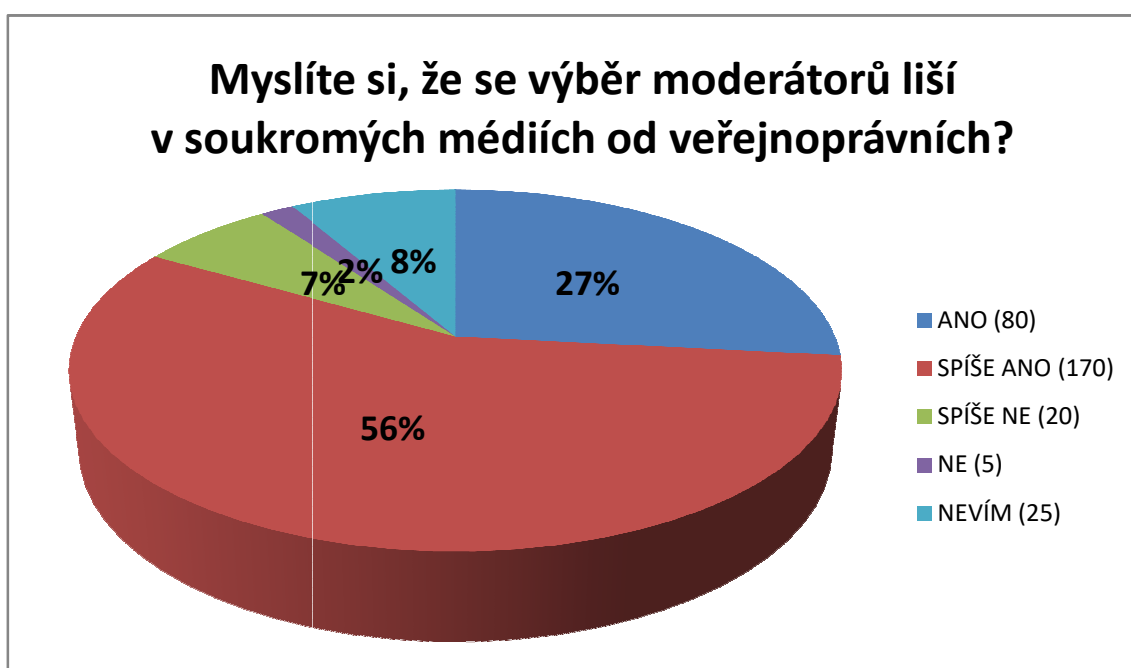
Z uvedených odpovědí, můžeme vypožorovat, rozdíl přijímacích podmínek. Z obsahové analýzy rozhovorů je zřejmé, že v České televizi probíhají pohovory na pozici moderátora většinou formou postupného vypracování se. Až na výjimečné situace, první fází je pozice redaktor a posléze se teprve s řadou zkušeností může stát novinář moderátorem televizního zpravodajství. Přihlíží se na dosavadní praxi a délku

práce v pozici redaktora, kdy je považován, již za velmi zkušeného novináře. Tato skutečnost má svůj důvod, jak jsem již zmiňovala, moderátor reprezentuje, jak na soukromé, tak i na veřejnoprávní televizi, celý chod redakčního kolektivu, je viděn diváky, tudíž pokud se něco nepovede, je ten, který je vidět a diváky pokládán za odpovědného, proto je důležité, aby moderátor, patřil mezi ty nejzkušenější žurnalisty v redakci, aby případné chyby uměl zamaskovat a včas reagoval. Pokud není dostatečně profesionální, může dojít ke ztrátě důvěry u diváků, či k celkové ztrátě sledovanosti. Zde je odpověď moderátorky České televize Daniely Písařovicové na otázku: **„Jakou podle vás hraje roli, zda je osobnost moderátora mediálně známá či nikoli, na sledovanost televizního zpravodajství: To vlastně může souviset i s tou profesionalitou, když je dobrý moderátor a je lidem sympatický, tak se na něj budou také rádi koukat, pokud ovšem myslíte, jestli má vliv na sledovanost osobnost, která je mediálně známá, pak říkám, že bohužel ano, ale nemyslím si, že by to tak bylo být. Ono je totiž hrozně lehké se bulvárně zviditelnit. I když neříkám, že všichni o to stojí, ale pro většinu je to reklama. Jde taky o onu profesionální čest a nastavení hodnot bez ohledu na komerčnost či snadný zisk.“** (Příloha B, Rozhovor s moderátory)

Pro hypotézu jsou v práci uvedené rozhovory s vybranými moderátory České televize a televizní stanice Nova. Dva za každou televizní stanicí. Záměrně jsem pokládala všem stejné otázky, aby byla vidět rozdílnost odpovědí. Můžeme zde, vyzorovat rozdílnost v odpovědích jednotlivých moderátorů soukromé a veřejnoprávní televize. Zde je odpověď moderátorky České televize Marcely Augustové na otázku z přílohy: **„Myslíte, je potřebné mít vysokoškolské vzdělání na pozici žurnalisty?“**: *Myslím si, že pokud chce být někdo profesionál a umět svojí profesi, konkrétně teď mluvíme o novinářích, tak určitě to důležité je, zvláště pokud předchozí střední škola nebyla tohoto zaměření. Je ale také důležité mít všeobecný přehled o aktuálním dění ve světě i u nás, aby vás nic nedokázalo vyvést z míry, když nastanou komplikace, ale také, abyste věděla, o čem mluvíte.“ (Příloha B, rozhovor s moderátory)*

Pro dosažení podrobnějšího zkoumání výběru moderátorů do zpravodajství, by bylo potřeba dalšího výzkumu, kde by se dokazovalo na základě pozorování, chod celé televizní stanice, zejména personálního oddělení a sledování veškerých výběrových řízení na pozici moderátora. Práce tedy pracuje s výpověďmi personálního oddělení a

moderátorů, které ovšem nemusí být objektivní. Vyvození z odpovědí moderátorů televizních stanic je takový, že pozici moderátora nemusí být nutně osoba s titulem z oboru žurnalistiky. Podle odpovědí všech čtyř moderátorů, lze nějakým způsobem přijímat i bez výběrového řízení. Rozdíl v přijímání zaměstnanců na pozici moderátora se podle mého výzkumu liší ve veřejnoprávní a soukromé televizi, ale jak jsem již uvedla k dokázání objektivní pravdy, by byla potřeba podrobnější výzkum a nahlédnutí pod pomyslnou pokličku celého systému přijímání zaměstnanců.



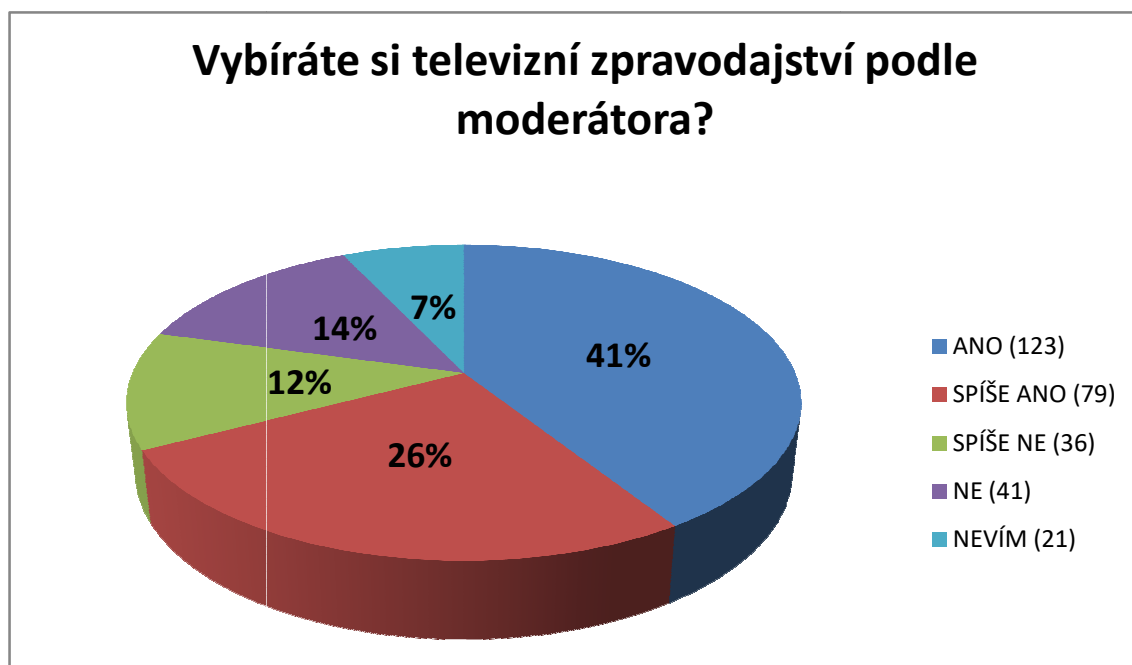
Podle grafického znázornění odpovědí diváků zjistíme, že téměř většina oslovených diváků, jsou toho názoru, že proces přijímání moderátorů televizního zpravodajství se markantně liší v soukromých médiích od veřejnoprávní televize. Z analýzy dotazníkového šetření téměř většina dotazovaných odpovídala, že mají dojem rozdílu při srovnání moderátorů soukromé a veřejnoprávní televizní stanice. Hlavním důvodem jejich odpovědí byl právě dojem z veřejně známějších osobností. Jak již bylo uvedeno v práci, jde o medializaci osobností, čímž se dostávají do povědomí a to dále nese, jak upřednostnění obsazení, tak i následně vyšší sledovanost televizního zpravodajství.

DIVÁCI SI VYBÍRAJÍ TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ PODLE OSOBNOSTI, KTERÉ JE MODERUJE

Na tuto hypotézu byla v bakalářské práci využita obsahová analýza, jak z dotazníkového šetření diváků televizní zpravodajství, tak i rozhovorů s vybranými kompetentními osobami. Výzkum dotazníkového šetření s diváky televizního zpravodajství probíhal přímou formou, ale i formou nepřímou za pomoci internetu a to z důvodu časového omezení. Důvod výběru alespoň částečného přímého výzkumu spočíval v tom, vyvarovat se co nejvíce odbytí odpovědí dotazovaných a dále vidět přímou reakci na dotazovanou otázku. Postupně bylo osloveno pomocí tohoto dotazníku tři sta lidí, do této práce byl výzkum pak zapracován v grafickém znázornění pro lepší přehlednost výzkumu.

Diváci odpovídali na otázky mého dotazníku. Záměrně se jedná o dotazník sestavený pouze z několika otázek, z důvodu přímého dotazníkového šetření, kdy většinou lidé odmítají odpovídat, nebo se nechtějí dlouze zdržovat, ale i z formy nepřímé, z důvodů neochoty číst dlouhé texty. Proto jsem sestavila otázky, které nejvíce korespondují s tématem mé práce.

Zde je grafické znázornění otázky, která byla položena divákům televizního zpravodajství v rámci dotazníkového šetření.



Z grafického znázornění můžeme zcela jasně vyvodit, že většina diváků si vybírá televizní zpravodajství podle moderátora, který zpravodajství uvádí. Z obsahové

analýzy odpovědí diváků televizního zpravodajství vyplývá, že téměř většina diváků přiznala, pokud se objevil mediální skandál, sledovali dotyčnou osobu více, než v předchozích dobách. Naopak i část diváků odpovídala, že role moderátora ve zpravodajství je pro ně důležitá z hlediska profesionálního vystupování a provedení zpravodajskými reportážemi. Dávají tak více důraz na to, zda je moderátor upoutal profesionalitou, vybranou mluvou, svým vzezřením nebo jeho osobitým projevem.

Další graf umístěný níže v mé práci, představuje rozšíření grafu prvního. V podstatě na grafu č. 2 jsme již odpověděli na jádro mé práce, a sice zda si vybírají diváci televizního zpravodajství moderátora, i podle mediálního zviditelnění, graf č. 3 už již znázorňuje pohled diváka na konkrétní položenou otázku „**Myslíte si, že mediální známost moderátora může mít vliv na sledovanost televizního zpravodajství?**“, aby výzkum byl co nejpřesnější a udával co nejpřesnější údaje.

Zde je další znázornění na grafu otázky z dotazníkového šetření diváků:



Z grafického znázornění můžeme vypočítat, že větší procento dotazovaných má dojem, že je rozdíl mezi přijímacím řízením na veřejnoprávní a na komerční televizní stanici. Taktéž jak bylo již zmíněno v předchozích hypotézách, můžeme vidět v odpovědích personálních manažerů, rozdílnost. Zatím co, ve veřejnoprávní televizi, jde o proces, který je až na výjimky dlouhý a spočívá v bohatých zkušenostech, praxi,

na soukromé televizní stanici jde o jiný úhel pohledu. Jak bylo již zmíněno výše v práci, komerční televizní stanice, má především funkci zábavnou. Prioritní je tedy, zda je moderátor pro diváky vizuálně atraktivní a přinese vyšší sledovanost. Zde je uvedena odpověď personální manažerky Marie Gutlové soukromé televizní stanice: „*Určitě musí projít výběrovým řízením osob, které jsou kompetentní za televizní zpravodajství, ne vždy je nutné pořádat konkurzy, ale také se v naší televizi pořádají. Naše televize ráda dá příležitost i novým tvářím. Často bývají do redakce zpravodajství vybírání i lidé z řad praktikantů v naší televizi.*“ (Příloha C, Rozhovor s personálním oddělením)

Z této odpovědi můžeme vypožorovat, že opravdu dochází k výběrovému řízení každého moderátora, avšak je také zřejmé, že moderátora televizního zpravodajství, může vybírat pouze úzký okruh lidí na vedoucích pozicích. Koncept soukromé televizní stanice se markantně liší od televize veřejnoprávní, jak přísnějšími pravidly, tak i povinnostmi. Zatím co veřejnoprávní televize slouží veřejnosti a má za úkol, jak můžeme číst i v praktické části práce, soukromá média mají za úkol hlavně zábavnou funkci. K tomu samozřejmě neodmyslitelně patří i vizuální stránka, proto je důležité pro moderátory televizního zpravodajství být atraktivní. Jak bylo již zmíněno, soukromé televize si s oblibou moderátory televizního zpravodajství stanovují osoby, které jsou veřejně známé. Zisk, který je důležitý v komerčních médiích, zajišťuje právě vysoká sledovanost, kterou zajišťují veřejně známé osobnosti. Podle grafů v této hypotéze je zřejmé, že pro většinu dotázaných je rozhodující pro výběr moderátorů televizního zpravodajství právě jeho veřejná známost. Proto mají také soukromá média stále vyšší sledovanost než média veřejnoprávní.

ZÁVĚRY VÝZKUMU

Na základě výzkumu bakalářské práce lze potvrdit nebo vyvrátit předem stanovené hypotézy, které byly stanoveny autorem této bakalářské práce.

- 1. Hypotéza č. 1: „Moderátoři zpravodajství ČT a TV Nova, hrají významnou roli na sledovanost televizního zpravodajství“**

Výše uvedenou hypotézu lze potvrdit na základě grafického znázornění z odpovědí diváků televizního zpravodajství (příloha A, Dotazník). Graf jasně uvádí, že většina dotázaných diváků, si myslí, že moderátoři hrají významnou roli na sledovanost televizního zpravodajství.

2. Hypotéza č. 2: „Požadavky na výběr moderátorů do televizního zpravodajství se liší ve veřejnoprávní televizi a v televizi soukromé.“

Tuto hypotézu lze také potvrdit na základě rozhovorů s personálními odděleními obou sledovaných stanic. Je jejich odpovědí můžeme jasně vypořádat, jak se liší požadavky na moderátory televizního zpravodajství jednotlivých stanic (příloha C, Rozhovor s personálním oddělením). Pro lepší viditelnost potvrzení hypotézy, bylo využito i grafické znázornění, kde většina diváků televizního zpravodajství odpovídá většina, že mají dojem rozdílnosti přijímacích řízení veřejnoprávní a komerční televizní stanice.

3. Hypotéza č. 3: „Diváci si vybírají televizní zpravodajství, podle osobnosti, které je moderuje.“

Tato hypotéza byla rovněž potvrzena na základě dotazníkového šetření diváků televizního zpravodajství. Z grafového znázornění můžeme jasně vidět, že většina odpovědí diváků televizního zpravodajství, odpovídá, že si vybírají televizní zpravodajství podle osobnosti, která je moderuje. Dále byla v hypotéze uvedena odpověď personální manažerky televize Nova (příloha C, Rozhovor s personálním oddělením) a doplňující grafové znázornění doplňující hypotézu o srovnání výběru televizních moderátorů do televizního zpravodajství.

ZÁVĚR

Tato práce se zabývala rolí moderátora v televizním zpravodajství a tím, jaký má vliv na diváka veřejná známost moderátora ve veřejnoprávních a v komerčních médiích. Cílem této práce bylo analyzovat získané materiály, rozhovory a na základě analýzy dokázat pravdivost stanovených hypotéz. Poté bylo cílem uvést všechny informace, získané během tvorby práce v praktické části.

Na základě předem určených hypotéz práce zjišťovala, jak ve vybraných televizních stanicích probíhají výběrová řízení na pozici moderátora televizního zpravodajství a z analýzy rozhovorů s vybranými personálními manažery, porovnávala rozdíly ve výběru a v požadavcích na uvedenou pozici.

Jak je již uvedeno v kapitole Závěr výzkumu, se v práci podařilo potvrdit všechny předem stanovené hypotézy. Všechny hypotézy byly potvrzeny na základě materiálů, které byly pořízeny v průběhu tvorby práce. Hypotéza číslo jedna byla potvrzena z velké části díky dotazníkovému šetření diváků televizního zpravodajství. Hypotéza číslo dvě, se dokazovala pomocí získaných rozhovorů s moderátory a s personálními odděleními vybraných televizních stanic. Hypotéza číslo tři byla rovněž potvrzena a kombinací obou analýz, jak z dotazníkového šetření, tak i z analýzy rozhovorů s moderátory a personálními manažery vybraných stanic.

Téma této práce bylo vybráno autorem, z důvodu vlastního zájmu o televizní zpravodajství. Podle jeho názoru je důležité poukázat na kvalitu televizního zpravodajství a zároveň poukázat na rozdíly mezi televizním zpravodajstvím na veřejnoprávní a na soukromé televizní stanici. S informacemi, které jsou veřejnosti poskytnuty prostřednictvím zpravodajství, pracují diváci a na základě nich se vzdělávají o dění ve světě i v jejich zemi, proto je podle autora tolik důležité, aby poskytnuté informace byly co nejvíce rozsáhlé a objektivní a aby jich veřejnost dostala co nejvíce. Moderátor by měl být do jisté míry jako symbol sdělení a publikum by mu mělo pozorně naslouchat.

Podle autora této práce, vyřešení tohoto problému spočívá v tom, že by každá televizní stanice měla mít přesně stanovaná pravidla, která by závazně platila pro všechny televizní stanice jednotně. Tato pravidla by měla zamezit vstupům komerčních upoutávek mezi zpravodajské reportáže. Dále by pak pravidla měla upravovat celkovou formu přijímacích řízení na pozici televizního moderátora, z důvodu profesionality řečnických sdělení.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

SEZNAM POUŽITÉ ČESKÉ LITERATURY

ROŽÁNEK, Filip, Fenomén Nova, 1 vyd., Praha 2004, IBSN 80-7220-189-1

ZEMAN, Petr, Co je to zpravodajství, 1 vyd., IBSN 80-3764-174-1

PEČENĚ, Lukáš, Moderace zpravodajských relací na ČT 24

THOMPSON, John, Média a modernita, 1 vyd., IBSN 80-3789-183-1

KLEIN, Zdeněk, Atlas sémantických gest, 1 vyd., IBSN 80-8547-178-1

HORSÁKOVÁ, Monika, Současné zpravodajství v televizi veřejné služby, 1 vyd., Ostrava 2011, IBSN 978-80-7464-028-5

MUSIL, Josef, Sociální a mediální komunikace, 1 vyd., Praha Univerzita Jana Ámose Komenského 2010, IBSN 978-80-7452-002-0

McQUAIL, Denis, Úvod do teorie masové komunikace, 3 vyd., Praha 2007, IBSN 978-80-7367-338-3

DeVITO, Joseph, Základy mezilidské komunikace, 1 vyd., Praha 2008, IBSN 978-80-247-2018-0

LAPČÍK, Marek, Televizní zpravodajství jako pradox: jak (ne)rozumět zpravodajství, 1 vyd. Olomouc 2014, IBSN 978-80-244-4133-7

TRAMPOTA, Tomáš, Zpravodajství, 1 vyd., Praha 2006, IBSN 80-7367-096-8

REIFOVÁ, Irena, Slovník mediální komunikace, 1 vyd. Praha 2004, IBSN 80-7178-926-7

VERNER, Pavel, Zpravodajství a publicistika, 1 vyd., Praha Univerzita Jana Ámose Komenského 2007, IBSN 978-80-86723-37-2

KUNCZIK, Michael, Základy masové komunikace, 1 vyd., Praha 1995, IBSN 80-7184-134-X

KŇÁVA, Petr, Úvod do studia televizní žurnalistiky, Brno Masarykova univerzita 1997, IBSN 80-210-1585-3

VÁGNER, Ivan, Televizní zprávy-psychický nátlak?, 1 vyd. Praha 1997, IBSN 80-72-03-160-0

HALADA, Jan, Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingové komunikace, 3 vyd., Praha 2007, IBSN 978-80-7277-266-7

OSVALDOVÁ, Barbora, Zpravodajství v médiích, 2 vyd., Praha 2011, IBSN 978-80-246-1899-9

SEZNAM POUŽITÝCH ZAHRANIČNÍCH ZDROJŮ

ČERTÍKOVÁ, Helena, Abeceda moderátora, ako sa stať dobrým moderátorom, 1 vyd.2012, IBSN 978-80-89439-33-1

BUČEK, Jaroslav, Rola moderátora v masmediálnom dialógu, 1 vyd., Zlín 2012, IBSN 978-80-87500-21-7

SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

KOUKALOVÁ, Barbora, Epress.cz, Premiéra válečného zpravodaje v roli moderátora Událostí., zde odkaz k nahlédnutí článku: http://www.expres.cz/michal-kubal-udalosti-0ts-/zpravy.aspx?c=A160101_193953_dx-zpravy_bk

HLADKÁ, Hana, Neverbální komunikace při pohovoru sledovat či ignorovat, zde odkaz článku k nahlédnutí: <http://www.performia.cz/odborne-clanky/neverbalni-komunikace-pri-pohovoru-sledovat-ci-ignorovat>

ČESKÁ TELEVIZE, internetové stránky, zde odkaz k nahlédnutí: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/>

FOREJTOVÁ, Irena, Co o nás prozradí řeč těla?, zde je odkaz k nahlédnutí:
<http://zeny.e15.cz/clanek/laska-a-vztahy/co-o-nas-prozradi-rec-tela>

TELEVIZE NOVA, internetové stránky, zde odkaz k nahlédnutí:

<http://tn.nova.cz/>

MÁJÍČEK, Jan, Britské listy, článek Česká televize: rozdíl mezi veřejnoprávním a soukromým médiem, 2010

<https://legacy.blisty.cz/art/55795.html>

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek Mimika	30
----------------------	----

Seznam grafů

Vybíráte si televizní zpravodajství podle moderátora?.....	38
Myslíte si, že mediální známost moderátora může mít vliv na sledovanost televizního zpravodajství.....	42
Myslíte si, že se výběr moderátorů liší v soukromých médiích od veřejnoprávních.....	43
Vybíráte si televizní zpravodajství podle moderátora?.....	44

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník.....	I
Příloha B - Rozhovor s moderátory.....	II
Příloha C – Rozhovor s personálním oddělením.....	VI

PŘÍLOHA A – DOTAZNÍK

Vybíráte si televizní zpravodajství podle moderátora?

ano 123 spíše ano 79 spíše ne 36 ne 41 nevím 21

Myslíte si, že mediální známost moderátora může mít vliv na sledovanost televizního zpravodajství?

ano 98 spíše ano 78 spíše ne 60 ne 31 nevím 33

Myslíte si, že se výběr moderátorů liší v soukromých médiích od veřejnoprávních?

ano 80 spíše ano 170 spíše ne 20 ne 5 nevím 25

Preferujete televizní zpravodajství spíše na veřejnoprávní nebo komerční televizní stanici?

veřejnoprávní zpravodajství 117 komerční zpravodajství 183

Zvýší se sledovanost televizního zpravodajství, pokud moderátor televizního zpravodajství je obětí mediálního skandálu a tudíž mediálně známý?

ano 182 spíše ano 112 spíše ne 0 ne 0 nevím 6

PŘÍLOHA B – ROZHOVOR S MODERÁTORY TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Marcela Augustová, moderátorka zpravodajství Česká televize

Jak dlouho již vykonáváte profesi moderátora?

Od roku 1998, což je zhruba 19 let.

Jaký si myslíte, že je rozdíl mezi moderátorem veřejnoprávní a komerční televize?

Myslím si, že rozdíl dělá spíše obsah zpráv a profesionalita jednotlivých stanic, nemyslím si, že by moderátoři na jiných stanicích byli špatní ve své profesi, rozdíl spočívá v pravidlech veřejnoprávní televize a televize soukromé.

Jakou podle vás hraje roli, zda je osobnost moderátora mediálně známá či nikoli na sledovanost televizního zpravodajství?

Lidé chtějí koukat na mediálně známé tváře, to může přilákat mnoho diváků a zvyšovat tak sledovanost, myslím si, že je to taky jeden z důvodů proč, mají hlavní zpravodajské relace konkurenčních stanic, vyšší sledovanost. Osobně se mi stalo, že pár lidí, nevědělo, podle jména, kdo jsem, i když moderuji, hlavní zpravodajskou relaci, protože zkrátka nemám tak velkou reklamu v médiích.

Myslíte, je že důležité mít vysokoškolské vzdělání na pozici žurnalisty?

Myslím si, že pokud chce být někdo profesionál a umět svojí profesi, konkrétně teď mluvíme o novinářích, tak určitě to důležité je, zvláště pokud předchozí střední škola nebyla tohoto zaměření. Je ale také důležité mít všeobecný přehled o aktuálním dění ve světě i u nás, aby vás nic nedokázalo vyvést z míry, když nastanou komplikace, ale také, abyste věděla, o čem mluvíte.

Jaké je vaše vzdělání, zda je zaměřeno na obor, který děláte?

Vystudovala jsem UK v Praze, Fakultu žurnalistiky.

Myslíte si, že je možné, dostat se na pozici moderátora bez výběrového řízení?

O tom bohužel nic nevím.

Daniela Písařovicová, moderátorka zpravodajství Česká televize

Jak dlouho již vykonáváte profesi moderátora?

Od roku 2004.

Jaký si myslíte, že je rozdíl mezi moderátorem veřejnoprávní a komerční televize?

Určitě je to v profesionalitě moderátorů, v České televizi, kdo se vypracuje na tuto pozici, je skutečný profesionál a tato pozice je zde považována jako jedna z nejúspěšnějších a jakýsi pomyslný vrchol profese. Myslím, že profesionalita je jednou z priorit České televize.

Jakou podle vás hraje roli, zda je osobnost moderátora mediálně známá či nikoli, na sledovanost televizního zpravodajství?

To vlastně může souviset i s tou profesionalitou, když je dobrý moderátor a je lidem sympatický, tak se na něj budou také rádi koukat, pokud ovšem myslíte, jestli má vliv na sledovanost osobnost, která je mediálně známá, pak říkám, že bohužel ano, ale nemyslím si, že by to tak bylo být. Ono je totiž hrozně lehké se bulvárně zviditelnit. I když neříkám, že všichni o to stojí, ale pro většinu je to reklama. Jde taky o onu profesionální čest a nastavení hodnot bez ohledu na komerčnost či snadný zisk.

Myslíte, je že důležité mít vysokoškolské vzdělání na pozici žurnalisty?

Já mám vysokoškolské vzdělání, avšak ne obor žurnalistika. Mám vystudovanou VŠE v Praze a dle mého názoru je důležité, aby byl člověk otevřený, šel za svým cílem a pílil se vypracoval. Obor žurnalistiky ještě není záruka úspěšnosti a pro některé jedince to nemusí být ani vysoká škola.

Jaké je vaše vzdělání, zda je zaměřeno na obor, který děláte?

VŠE v Praze. Jak již bylo řečeno, nestudovala jsem žurnalistiku.

Myslíte si, že je možné, dostat se na pozici moderátora, bez výběrového řízení?

Myslím si, že to lze určitě u konkurenčních stanic, ale určitě to nevím.

Kristina Kloubková, moderátor zpravodajství Televizní stanice Nova

Jak dlouho již vykonáváte profesi moderátora?

Od roku 2009.

Jaký si myslíte, že je rozdíl mezi moderátorem veřejnoprávní a komerční televize?

Myslím si, že moderátoři zpravodajství veřejnoprávní televize se od těch v soukromých médiích příliš neliší. Pro všechny moderátory jsou důležité mít schopnosti řečníka. Dojem z rozdílu může nastat z obsahu zpravodajství na jednotlivých stanicích.

Jakou podle vás hraje roli, zda je osobnost moderátora mediálně známá či nikoli, na sledovanost televizního zpravodajství?

Je to možné. Mediální známost hraje určitě svou roli.

Myslíte, je že důležité mít vysokoškolské vzdělání na pozici žurnalisty?

To si nemyslím, že je důležité. Člověk může být moderátorem i bez akademického vzdělání, záleží na určitých předpokladech.

Jaké je vaše vzdělání, zda je zaměřeno na obor, který děláte?

Mám bakalářský titul, studovala jsem na Vysoké škole mezinárodních a veřejných vztahů.

Myslíte si, že je možné, dostat se na pozici moderátora, bez výběrového řízení?

Nejspíš to lze, když je zaměstnavateli někdo sympatický a vidí ho na místě, kde ho chce mít, tak si ho tam může dosadit, bez dlouhé cesty konkurzů a přijímacích řízení..

Lucie Borhyová, moderátorka zpravodajství Televizní stanice Nova

Jak dlouho již vykonáváte profesi moderátora?

Již 16 let.

Jaký si myslíte, že je rozdíl mezi moderátorem veřejnoprávní a komerční televize?

Nemyslím si, že by byl, jestli je neznám ho.

Jakou podle vás hraje roli, zda je osobnost moderátora mediálně známá či nikoli, na sledovanost televizního zpravodajství?

Každá reklama i ta špatná, zviditelňuje. Pak pro většinu lidí může být atraktivnější koukat na pro ně známou tvář a sdílet s ní tak její problém. Tím se samozřejmě může zvýšit i sledovanost. Takže můj názor je, že to vliv má.

Myslíte, je že důležité mít vysokoškolské vzdělání na pozici žurnalisty?

Myslím, že ne. Pokud má člověk určité předpoklady, je výřečný, má charisma apod. tak vysokou školu k moderaci nezbytně nepotřebuje. Chci říci že není nutná.

Jaké je vaše vzdělání, zda je zaměřeno na obor, který děláte?

Absolvovala jsem na Vyšší odborné škole publicistiky.

Myslíte si, že je možné, dostat se na pozici moderátora, bez výběrového řízení?

Pokud je někdo talentovaný, a ten, kdo má kompetenci přijímat nové uchazeče na pozici moderátora je přesvědčený, že bude přínosem, má právo rozhodnout i bez výběrového a takového uchazeče o post moderátora přijmout.

PŘÍLOHA C – ROZHOVOR S PERSONÁLNÍM ODDĚLENÍM

Česká televize, František Kovařík, vedoucí HR oddělení

Je podmínkou pro přijetí do Vaší televizní stanice, vysoká škola?

Pro přijetí do České televize je nutné mít zkušenosti, protože konkurence je velká, samozřejmě se přihlíží na vysokoškolské vzdělání. Při výběru moderátorů koukáme na zkušenosti a také na řečnické schopnosti. Podoba přijetí může být různá, dokonce jsme měli případy, kdy jsme vzali muže, který prokázal svůj talent na dnech otevřených dveří a následně byl pozván na výběrové řízení. Pokud, ale nastupuje prvotně jako redaktor zpravodajství, tak se na vysokoškolské vzdělání v oboru přihlíží.

Výběrovým řízením musí projít každý moderátor?

Ano, i když jsou výjimečné případy, kdy nebyl moderátor zpravodajství, před svojí moderátorskou kariérou redaktorem, každý musí projít výběrovým řízením. Navíc zájem o moderátorské pozice je opravdu velký a i z toho důvodu je zapotřebí konkurz.

Myslíte si, že je rozdíl mezi přijímacím řízením mezi veřejnoprávní a soukromou televizní stanicí?

Určitě ano, oba druhy televizních stanic řídí trochu jiná pravidla. Veřejnoprávní televize slouží veřejnosti jinak než televize soukromá. Je kontrolována mnohem přísnějšími pravidly než soukromá televizní stanice a také má jiné priority. To se samozřejmě odvíjí nejen ve výběru moderátorů, ale v celkovém chodu televize. Každý divák musí vidět rozdíly a ty se týkají rovněž i výběru moderátorů. Moderátoři by měli mít, jak už jsem zmínil, bohaté zkušenosti v oboru žurnalistiky, mimo nich také profesionální řečnické schopnosti. Až poté je důležitý vzhled, i když je také podstatné, zda je moderátor pro diváky vizuálně příjemný.

Televizní stanice Nova, Marie Gutlová, vedoucí HR oddělení

Je podmínkou pro přijetí do Vaší televizní stanice, vysoká škola?

U nás se provádí výběrové řízení, když se hledá nový člen týmu zpravodajství, vítá se více praxe či doporučení, než vysokoškolské vzdělání, ale pokud je i k tomu diplom určitě na to přihlížíme.

Výběrovým řízením musí projít každý moderátor?

Určitě musí projít výběrovým řízením osob, které jsou kompetentní za televizní zpravodajství, ne vždy je nutné pořádat konkurzy, ale také se v naší televizi pořádají. Naše televize ráda dá příležitost i novým tvářím. Často bývají do redakce zpravodajství vybíráni i lidé z řad praktikantů v naší televizi.

Myslíte si, že je rozdíl mezi přijímacím řízením mezi veřejnoprávní a soukromou televizní stanicí?

Nikdy jsem na veřejnoprávní televizi nepracovala u přijímání zaměstnanců, ale určitě jsou ty na první pohled. Veřejnoprávní televize má zkrátka jiný koncept televizního vysílání. Soukromá televize je spíše zaměřená na zábavnou funkci televizního vysílání, což je možná zřejmé i z televizního zpravodajství. Televizní moderátoři však musí být schopnými řečníky, to je hlavní kritérium pro výběr.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Markéta Hrušková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční forma

Název práce: Role moderátorů v televizním zpravodajství

Rok: 2018

Počet stran textu bez příloh:¹ 40

Celkový počet stran příloh:² 7

Počet titulů českých použitých zdrojů: 18

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 6

Vedoucí práce: Mgr. Michal Schuster MBA