

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2012 – 2015

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Nikola Šedinová

**Moderátor v rozhlase a televizi – nové prvky,
metody – srovnávací studie**

Praha 2015

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jiří Velebný

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2012 – 2015

BACHELOR THESIS

Nikola Šedinová

**Anchorman in TV and Radio – New Elements and
Methods – Comparative Study**

Prague 2015

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

Ing. Jiří Velebný

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

Nikola Šedinová

.....

Poděkování

Děkuji svému vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Jiřímu Velebnému za odborné vedení, za cenné připomínky a rady, které mi pomohly při zpracování této práce. Dále bych chtěla poděkovat panu Romanu Andělovi, paní Michaelle Jadrné, DiS., panu Dominiku Kučerovi a paní PhDr. Soně Štroblové za přínosné informace a spolupráci při tvorbě praktické části.

Anotace

Bakalářská práce je členěna do dvou částí. Ve své teoretické části se zabývá stěžejními tématy z hlediska moderování a práce moderátorů. Objasňuje vlastnosti a přípravu moderátora, komunikaci, historický vývoj rozhlasu a televize a také nové možnosti v moderování. V praktické části je věnován prostor kvalitativnímu dotazníkovému šetření a osobním poznatkům z praxe autorky, na základě kterých dochází ke srovnání moderátorů v rozhlasu a televizi, porovnání klasických médií s médii novými a vymezení nových metod v moderování. Kromě srovnání dochází k lehkému nástinu možné budoucnosti v médiích.

Klíčová slova

Digitalizace, internet, komunikace, média, moderátor, moderování, rozhlas, televize.

Annotation

The work is divided into two parts. The theoretical part deals with the core issues in terms of moderation and job of moderators. It explains the properties and preparation of a moderator, communication, historical development of radio and television, as well as new opportunities in moderation. In the practical part is devoted to qualitative questionnaire survey and personal knowledge of the practice of the author, based on which there is a comparison presenter on radio and television, compared to traditional media with new media and defining new methods in moderation. In addition to the comparison there was some slight outline of possible future in the media.

Key words

Digitalization, communication, internet, media, moderation, moderator, radio, television.

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 KOMUNIKACE.....	10
1.1 Definice komunikace	11
1.1.1 Verbální komunikace	12
1.1.2 Neverbální komunikace.....	13
2 MODEROVÁNÍ.....	15
2.1 Příprava moderátora	16
3 ŘEČNICKÝ STYL A RÉTORIKA.....	22
3.1 Osobnost řečníka.....	23
3.2 Příprava projevu	24
4 HISTORIE ROZHLASU.....	27
4.1 Vysílání ve světě.....	28
4.2 Vysílání v Česku.....	29
4.2.1 Vývoj do roku 1989.....	32
4.2.2 Vývoj po roce 1989	33
5 HISTORIE TELEVIZE.....	35
5.1 Vysílání ve světě.....	36
5.2 Vysílání v Česku.....	38
5.2.1 Vývoj do roku 1989.....	40
5.2.2 Vývoj po roce 1989	41
6 NOVÉ MOŽNOSTI, PRVKY	44
6.1 Digitalizace	46
6.2 Výhody a nevýhody digitalizace.....	49
6.3 Moderní vysílání	50
7 STANOVENÍ HYPOTÉZ.....	52
8 ANALÝZA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	54
8.1 Další srovnání vyplývající z dotazníku	58
ZÁVĚR	62
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	64
SEZNAM PŘÍLOH.....	67

ÚVOD

Bakalářská práce, jejímž tématem je *Moderátor v rozhlase a televizi – nové prvky, metody – srovnávací studie*, se zabývá konkrétními náležitostmi nezbytnými ve vykonávání této profese. V teoretické části dochází k objasnění zásadního tématu komunikace, je zde zodpovězeno, proč vedle sdělení verbálního je nezbytný také projev neverbální, co skrze něho dává moderátor obecenstvu najevo a co tato doprovodná gesta o řečníkovi vypovídají. Autorka se dále věnovala vymezení pojmu moderování a také tématům vztahujícím se k moderátorské činnosti. Prostor je dále věnován řečnickému stylu a rétorice, přípravě moderátora nebo také historii moderování v rozhlase a televizi. V závěru teoretické části je pozornost soustředěna na digitalizaci, internet a sociální sítě, které otevřely nové možnosti v moderování a daly za vznik novým médiím. V současné době si téměř nikdo nedokáže představit existenci bez přístupu k internetu. Usnadňuje nám mnoho každodenních činností, které je možné provést na základě jednoho pouhého kliknutí. Šetří čas i peníze. Stejně tak jako je nepostradatelný v běžném životě, je nenahraditelný i v oblasti mediálního světa, který nás obklopuje ze všech stran. Je tedy jedním z nejvýznamnějších prvků současnosti i budoucnosti.

Toto téma si autorka zvolila hned z několika důvodů. Hlavním důvodem je osobní zájem dozvědět se více o problematice moderování. Moderování je zjednodušeně řečeno kombinace bezchybného vyjadřování, správné argumentace, ucelených znalostí a sumarizovaných myšlenek, spolu s perfektním vystupováním a umírněným chováním na veřejnosti. Tito lidé jsou společností velmi uznávaní a jsou jakousi autoritou, vzorem či reprezentativní osobou. Proto jsou na ně kladeny vysoké nároky a vytvářen silný tlak, což posouvá každou osobnost neustále kupředu. Jsou tak v mnohých směrech inspirací, kterou se z této práce sama autorka pokusí načerpat.

Cílem práce je pomocí srovnávací studie popsat nové prvky a metody užívané v moderování v rozhlase a televizi a objasnit téma moderování jako celek. Srovnání autorka provádí na základě kvalitativního dotazníkového šetření, při kterém ke spolupráci oslovila specialisty z prostředí rozhlasu a televize, pana Romana Anděla, paní Michaelu Jadrnou, DiS., paní PhDr. Soňu Štroblovou a pana Dominika Kučeru.

Spolu s dotazníkovým šetřením ke srovnání autorka využívá vlastních poznatků o fungování a chodu internetového rádia Seejay, kde působila jako moderátorka dopoledního pořadu, a osobních postřehů získaných z několika návštěv natáčecích studií televize Relax.

Přínosem práce je dle autorky ucelený souhrn informací o moderátorské činnosti a jejím vývoji a zároveň možnost pochopení hlavních rozdílů mezi moderováním v rozhlase a v televizi. Tato práce může být podkladem pro začínající moderátory v rozšíření obecných znalostí v daném oboru, ale také materiálem pro širokou veřejnost k pochopení hlavních rozdílů mezi prací rozhlasového a televizního moderátora a získání určitého povědomí o aktuálním dění a trendech v oblasti médií.

TEORETICKÁ ČÁST

1 KOMUNIKACE

Komunikace je jedním z nejzákladnějších projevů lidství, je výsledkem procesu socializace, neboli začlenění do společnosti a základním stavebním kamenem moderování. Zabývá se jí skupina komunikačních věd, které se postupně vyčlenily v průběhu 20. století. Tato skupina vědních oborů je vzájemně propojena, ale tvoří i vazby k dalším oborům společenských věd. Pojetí, a tím pádem i chápání, je v různých oborech rozdílné. (Musil, 2010, s. 11) Je tomu tak z důvodu, že je v nás pojem lidské dorozumívání zakotven tak pevně, že nedokážeme jednoznačně tuto problematiku osvětlit. Přesto je více než jasné, že je to téma velice široké a obsáhlé. Existuje proto mnoho definic, které se pokoušejí být co nejpřesnější ve vymezení tohoto pojmu a snaží se charakterizovat sdělování i sdílení, což jsou dva přítomné procesy komunikační výměny. (Žantovská, 2008, s. 11)

Určitým projevem nedáváme okolí na vědomí pouze to, co fakticky říkáme, ale další široké spektrum informací o nás samých. Naše sdělení se totiž skládá z několika vrstev, které spolu s mluveným slovem o nás prozrazují mnoho. Od tématu počínaje, charakterovými rysy konče. Je to tak především díky nonverbálním signálům, kterými komunikujeme hned vedle těch verbálních. Kromě samotné informace se dozvídáme také něco více o situaci, ve které se komunikuje, o záměrech, které diskuze má, dokonce o vztahu, který mezi sebou dva spolu hovořící mají. V každé promluvě vzniká nová komunikační situace, kterou na základě různých znaků můžeme zkoumat. (Allhoff, 2006, s. 16)

1.1 Definice komunikace

Samotný původ slova komunikace bychom našli v latinském slově „communicatio“, jehož původní význam je „vespolně sdílet“. Kromě procesů sdělování a sdílení se zde dále objevují pojmy jako interakce a chování, které se s termínem lidská komunikace částečně překrývají. (Žantovská, 2008, s. 11)

Znění definice se liší podle toho, jaký vědní obor ji vysvětluje. Definice, která nejvíce vyhovuje obecnému studiu komunikace a zároveň popisu současné mediální situace, zní: *„Komunikace je přenos informace pomocí znakového systému, uskutečňovaný mezi lidmi přímo nebo pomocí technicko-organizačních prostředků.“* (Musil, 2010, s. 11)

Jiný postup uchopení definice komunikace uvedl politolog Harold Lasswell v roce 1948. On říká, že je důležité zaměřit se při rozboru na toto: kdo – říká co – komu – jak – prostřednictvím čeho – s jakým záměrem – a s jakým účinkem. Jedná se o základní pilíře v hledání odpovědí na otázky v procesu lidského dorozumívání se. (Žantovská, 2008, s. 12)

Druhů komunikace existuje hned několik a mohou probíhat různými způsoby. Záleží na tom, zda se odehrává mezi dvěma, nebo více osobami, pak se jedná o komunikaci přímou interpersonální. Pokud naopak probíhá zprostředkovaně, tedy pomocí technicko-organizačních prostředků, pak se jedná o komunikaci nepřímou. V moderování se používají oba dva způsoby, přičemž komunikaci přímou aplikují moderátoři v diskusních pořadech, talkshow a dalších typech rozhovoru mezi moderátorem a hostem. Komunikace nepřímá se uskutečňuje při moderování v rádiu či televizních pořadech, kde moderátor zprostředkovává informace divákovi.

V komunikaci přímé není zapotřebí žádných technických prostředků, hovoru se tedy účastní pouze lidské osoby. Komunikační řetězec je proto tvořen jen komunikátorem a komunikantem. K rozhovoru nepřímému naopak technického prostředku zapotřebí je. Jedná se o médium, kterým může být jakýkoliv hromadný sdělovací prostředek. (Musil, 2010, s. 19)

Další možné dělení komunikace je na verbální a neverbální, tedy dorozumívání se slovní, nebo beze slov.

1.1.1 Verbální komunikace

Do komunikace verbální patří pouze ta, která je vyjádřena slovně, nebo písemně. V oblasti moderování je nepostradatelná jak v případě moderování v televizi, tak v rozhlase, protože pro obě dvě odvětví je primárním nástrojem. Komunikace verbální má ještě zvláštní druhy, mezi které patří Braillovo písmo a znaková řeč, kterou užívají ke svému dorozumívání neslyšící. Všechny ostatní druhy vyjádření spadají pod komunikaci neverbální.

Samotná verbální komunikace má však jednu podskupinu. Jedná se o nepřímou verbální komunikaci, kam se řadí veškeré projevy pomocí písma. Můžeme tedy hovořit o projevu, který je znázorněn především vizuálně. Dále do této podskupiny patří grafické vyjádření v podobě znaků, které jsme následně schopni slovně vyjádřit. Verbální komunikace je lidskému dorozumívání tou nejpřirozenější formou, proto je také nejrozšířenější. (Musil, 2010, s. 20)

Součástí verbální komunikace je také **paralingvistika**, což je doprovodná zvuková stránka projevu, která prozradí velmi mnoho o psychickém stavu a emocionálním rozpoložení. Do paralingvistiky spadají prvky trvalé a přechodné. Mezi trvalé se řadí vady řeči, hlasové rozpětí, hlasový rejstřík, artikulace, barva hlasu nebo plynulost projevu. Přechodnými prvky jsou změny rychlosti, hlasitosti, váhání, pauzy, chyby v řeči atd. (Žantovská, 2008, s. 61) Paralingvistika má široké možnosti, ale většinou nebývá využívána v plném rozsahu. Tyto prvky uplatní řečník, který může být dobrým řečníkem právě díky paralingvistice. (Mikuláščík, 2010, s. 103)

1.1.2 Neverbální komunikace

Neverbální komunikace je široká škála všech možných projevů a vyjádření, které signalizujeme bez použití slov. Často bývá jako doprovodné vyjádření ke komunikaci verbální. Nejčastějšími neverbálními projevy je řeč těla, tedy **mimika, haptika, proxemika, posturika, kinezika, řeč pohledů a vnější vzhled**. Stejně jako komunikace verbální, má i neverbální často opomíjenou odnož, a to nepřímou, kam se řadí veškerá vyjádření umělecká. Tyto neverbální doplňky řeči mají své neopomenutelné zastoupení i v moderátorské profesi. U moderování v rozhlasovém prostředí není tak výrazné, jelikož si jimi moderátoři mohou dopomáhat pouze k barvitěmu vylíčení situace, ale jejich posluchači o tom nebudou mít tušení. Jediný neverbální prvek, který posluchači rádia zaregistrují, je zapojení mimiky do moderátorovy řeči. Pokud se moderátor bude mračit a bude popisovat nějakou nešťastnou událost, tón jeho hlasu bude pochmurný, pomalejší a podstatně hlubší, než by tomu bylo v případě, kdy bude s úsměvem na rtech líčit radostnou zprávu, při které se jeho úsměv a nadšení opět projeví i na hlase. U moderování v televizi jsou neverbální prvky naprostou samozřejmostí a nelze je vynechat. Kromě moderátorových slov diváci registrují i jeho chování, které mnohdy řekne více než samotný slovní projev. Obecenstvo tak má možnost nahlédnout do moderátorovy osobnosti, protože se díky neverbálním signálům projevuje tak, jak mu to je přirozené. Ukazuje své charakterové rysy, zda je extrovertní více či méně, nebo svým chováním může prozradit, jestli má osobu, se kterou provádí rozhovor, v oblibě, či nikoli. (Musil, 2010, s. 20)

O neverbální komunikaci můžeme říci, že se jedná o záležitost emotivní, díky které vyjádříme své emoce, postoje i vztahy k ostatním, a pomocí gest si napomáháme k lepšímu celkovému projevu. Tyto mimoslovní signály mohou být vrozené, naučené, ale i kombinované, dále také záměrné nebo bez našeho záměru. Velice důležité je vhodně odhadnout podle kontextu situace, jaké neverbální projevy jsou v danou chvíli na místě a jaké nikoli. Když jsou neverbální signály v souladu s těmi verbálními, pak je projev harmonický a pro okolí příjemný. (Žantovská, 2008, s. 71-72)

Neverbální komunikací o sobě komunikant prozrazuje, jestli mu je příjemný intenzivní oční kontakt, jaká je optimální vzdálenost od druhé osoby, se kterou komunikuje. Dává najevo své pocity, které se promítnou v rytmu, tempu a tónu hlasu, což také patří do komunikace neverbální. (Musil, 2010, s. 21-22)

Nonverbální signály mají hned několik významů a v průběhu procesu komunikace plní různé funkce. V první řadě fungují jako doprovodný program a podpora verbálního sdělení. Během mluvy děláme různé pohyby a gesta, které dotvářejí celkovou atmosféru a nádech našeho vyjádření. Dokážou zesílit nebo oslabit verbální sdělení, což ovlivní především tón hlasu. Neverbální komunikace dokáže dokonce úplně nahradit verbální sdělení. Například hlas v telefonu a jeho nuance dokážou nahradit chybějící vizuální obraz, nebo prosté zavrtění hlavou nám jasně říká, že odpověď zní ne, v případě kývnutí máme na mysli ano. Dále nonverbální signály zajišťují například hladký průběh dialogu a pochopení určitých souvislostí a také vyjasňují vztahy mezi komunikačními partnery. (Allhoff, 2006, s. 18-20)

2 MODEROVÁNÍ

Termín moderování má původ v latinském slově „moderate“ nebo „moderari“, což obojí v překladu znamená mírnit, krotit a dále ve slově „moderatio“, které vyjadřuje sebeovládání a umírněnost. Samotné kořeny má však moderování především v komunikaci jako takové, v řečnickém stylu a rétorice, které položily základní směrnice. Moderování je tedy usměrňování, korigování, řízení a vedení diskuze, při které by měli být přítomné více než dvě osoby, moderátor, respondent a recipient.

Řečník je pojem označující veřejně vystupující osobu, která své sdělení či projev prezentuje před publikem. Řečníkem je tedy moderátor nebo respondent.

Respondent je osoba, která reaguje na otázky moderátora a své sdělení vysílá směrem k recipientům. Respondent se aktivně účastní rozhovoru.

Recipient přijímá sdělení od řečníka a respondenta a dekoduje obsah jeho sdělení. Větší skupina recipientů je nazývána publikem.

Při této komunikaci by měla být položena minimálně jedna otázka a moderátor by měl být nestranný. Můžeme tedy říci, že moderátorem není hlasatel, zprávař, počasář ani redaktor.

Je znám **soubor vlastností**, které by úspěšný moderátor měl mít a měl ovládat, aby svou profesi vykonával v souladu se všemi psanými i nepsanými pravidly.

- **Ctižádnostivý** – zdravě, nezdravě;
- **Sečtělý** – musí se zajímat o dění kolem sebe a vědět o něm co nejvíce, aktivní slovní zásoba moderátora by měla být okolo třinácti až patnácti tisíc slov, proto by měl pravidelně číst knihy a tím si ji udržovat, nejlépe stále rozšiřovat;
- **Vždy dobře připravený** – nejen informačně, ale i psychicky, nesmí se přeříkávat, jeho výstup by neměly doprovázet parazitické prvky;
- **Schopný správně mluvit** – správně formulovat a výrazně artikulovat;
- **Dbající na svůj vzhled** – moderátor musí působit příjemně, být sladěný a měl by mít určité charisma;
- **Celkově upravený** – správně a vhodně oblečený na danou událost;

- **Schopný sebeovládání** – musí si umět zjednat pořádek a být autoritou, z hlediska charakteru by neměl být cholerický;
- **Znalý osobnosti respondentů** – musí být schopen vnímat cílovou skupinu;
- **Dobrý diplomat a psycholog** – měl by vždy zachovat chladnou hlavu a udržet rozhovor v přátelském tónu;
- **Přizpůsobivý a společenský** – moderátor se za každé situace musí chovat podle pravidel slušného chování.

Bez výše zmíněných vlastností by moderátor nemohl vykonávat svou práci správně. Jeho celková vybavenost dále musí být obohacena o dodržování zásad, mezi které se řadí: mluvit jasně, výstižně a srozumitelně, nemluvit složitě, mít kvalitně připravené úvodní slovo, které by však nemělo být příliš dlouhé, být dobře připraven na celou situaci a v případě konfliktu se nebát zasáhnout a usměrnit situaci.

2.1 Příprava moderátora

Pro **moderátora v rozhlasu** je velmi důležitým prvním bodem umění rétoriky. Což si sama autorka vyzkoušela na vlastní kůži při nástupu do rádia. Než začnou moderátoři vysílat ON-AIR, tedy živě do éteru, předchází tomu dlouhé přípravy. Nejdříve docházejí na školení, které má hned několik částí.

Dokonale musí zvládnout ovládání rádiové techniky, bez které moderátor nemůže svou práci vykonávat. Naučí se tedy pracovat s odbavovacím pultem, díky kterému posílá do éteru hudbu, zapíná a vypíná svůj a hostův mikrofon, zvyšuje nebo snižuje hlasitost hudby i mikrofonů nezávisle na sobě a může si přes odbavovací pult také nahrát nějaký svůj vstup do záznamu. Další rádiovou technikou je samozřejmě již zmiňovaný mikrofon, který je třeba nastavit na optimální hlasitost, podle hlasitosti projevu moderátora. Dále se pracuje s telefonem, na který mohou přímo do studia volat posluchači, kteří se chtějí zúčastnit různých soutěží nebo odpovídají na otázky a ankety moderátorů.

Moderátor následně přepojí volajícího do studia, aby ho slyšeli i ostatní posluchači rádia. Moderátor také při své práci užívá hned několik počítačů (v případě autorky tři), přičemž na základním monitoru je pouze playlist hudby, která bude pouštěna do éteru a volná místa, která slouží moderátorovi na jeho moderované vstupy. Druhý monitor je určený k vyhledávání veškerých zvukových materiálů, které má dané rádio k dispozici. Jedná se nejenom o muziku, ale také hudební podkresy pod moderátorovy vstupy, upoutávky na pořady, různé namluvené reklamní spoty, ankety, nebo vtipné výstřižky z vysílání. Třetí monitor slouží pro všechny ostatní účely, jako je vyhledávání informací a zajímavostí na internetu, ukládání materiálů do paměti počítače či zapisování poznámek. To je soubor technického vybavení, který musí moderátor ovládat.

Druhou částí školení je již zmiňovaná rétorika a umění správného vyjadřování. Větší média mají na tento proces učení ve svém personálním zázemí osobní učitele rétoriky, kteří pracují pouze pro dané médium a své moderátory a zaměstnance neustále učí co nejlepšímu projevu. Součástí je trénink správného dýchání a využití kapacity plic, při kterém obsah a kapacitu plic neustále zvyšují pomocí různých slovních pomůcek. Trénují slovní přesmyčky, jazykolamy a říkanky, na kterých procvičují správnou artikulaci, výslovnost a podstatná je i rychlost mluveného projevu. Musí být tak akorát, aby nebyla příliš rychlá a nesnižovala se tak kvalita porozumění. Na druhou stranu nesmí být ani příliš pomalá, protože by projev byl nudný a posluchač by byl odrazen.

Poslední částí zvládnutí svých povinností je znát systém fungování rádia, který má každé rádio jiný, a také způsob přípravy na vysílání. Moderátor musí znát minimální a maximální povolenou stopáž svých moderovaných vstupů, které mají ještě zvláštní dělení. Na začátek hodiny je zařazen takzvaný „otvírák“, kterým moderátor otevírá novou hodinu. Jedná se o specifickou znělku rádia, která má pouhých 15 vteřin a moderátor během ní posluchačům sdělí aktuální čas, název pořadu a své jméno. Hlavní vstupy mezi hudbou, ve kterých moderátor předává nějakou informaci, aktualitu, hovoří o zajímavé události nebo konverzují s hostem, by měly být dlouhé minimálně jednu minutu, maximálně však minuty dvě. To proto, že průměrný člověk dokáže zachytit tři podstatné informace v přibližné délce jedné minuty. Delší monolog bývá většinou nezáživný a nudný.

Posledním druhem vstupu jsou takzvané „rampy“, které slouží jako upoutávka, pomocí které se moderátor snaží upoutat pozornost posluchače vybranými skladbami, které v následujících minutách ještě zazní. Moderátor musí také ovládat programové složení pořadu, podle kterého si dál připravuje svůj materiál k moderování, a v neposlední řadě musí znát cílovou skupinu a styl daného rádia. Podle toho pak vybírá a užívá vhodná slovní spojení, volí optimální dynamiku a celý nádech projevu.

Toto vše by měla obsahovat příprava moderátorů, která může trvat i několik měsíců. Záleží na zkušenostech, schopnosti učit se a talentu moderátorů.

Moderování v rozhlasu jako takové je však právě kvůli zvládnutí všech technických prvků pro moderátora náročnější než v televizi. Musí zkoordinovat mozek, ústa, jazyk, dýchání a ruce dohromady. Na druhou stranu je nutné zmínit, že pokud se mu podaří zvládnout a sladit dohromady tyto náležitosti, postupem času si vše zautomatizuje. Oproti televizním moderátorům má však výhodu v tom, že neverbální komunikace v jeho případě není nezbytná. Jediná část neverbální komunikace, která je zde patrná, je mimika. Obličejová mimika je z hlediska rozhlasových moderátorů důležitá z jednoho prostého důvodu. Výraz v obličejí je „slyšet“. Trénování výrazné obličejové mimiky je také součástí tréninku moderátorů, protože velké otevírání úst moderátorům dopomůže k přesnější artikulaci. Velmi důležitý je také úsměv. To, jak se moderátor při reprodukování svého sdělení tváří, se projeví v celém nádechu jeho řeči. Když bude moderátor popisovat nešťastnou událost, výraz v jeho obličejí spolu s tempem řeči a tónem hlasu dokreslí celý projev tak, že i cizinec mluvící jinou řečí dokáže odhadnout, že se jedná o špatnou zprávu. Totéž bude u zprávy radostné, kdy nadšení a úsměv moderátora bude cítit skrze éter a bude pochopeno, že jde o šťastnou informaci. Rozhlasoví moderátoři musí tedy korigovat i svou mimiku. Televizní moderátoři však musí dbát na celkový neverbální projev, který je na televizní obrazovce vidět stejně tak, jako verbální slyšet.

Nových prvků v rozhlasu je hned několik. S nástupem internetu se výrazně zjednodušila příprava moderátorů, protože jsou informace dostupné téměř okamžitě a bez čekání. Je možné tak ihned hovořit o aktuálním počasí, dopravních nehodách a celkově zpravodajství, což dříve dostupné nebylo. Přenos informací je tak téměř bez jakékoliv časové ztráty.

Internet také výrazně zjednodušil komunikaci s posluchači, a to nejenom přes webové stránky a e-mailové adresy rádia, ale také byli zde velkým krokem vpřed sociální sítě. Díky nim mohou posluchači s moderátory komunikovat on-line, odpovídat na otázky a ankety, zasílat své typy, rady a připomínky, což následně vede k zefektivnění vysílání podle přání posluchačů. Mnohdy se ke komunikaci s posluchači využívá i webových kamer, které jsou dnes nainstalovány téměř ve všech rozhlasových studiích. Je to způsob, jak mohou diváci nahlédnout přímo do studia, odkud moderátor vysílá, vidět, jak jeho práce probíhá, případně se webových kamer využívá v různých soutěžích.

V případě internetových rádií je podstatně jednodušší zjistit, kolik lidí rádio v danou chvíli poslouchá. V současné době sice většina rádií funguje hned na několika portálech současně (play.cz, m.abradio.cz, mobilní aplikace - itunes.apple.com/apps, play.google.com/store/apps, DAB (Digital Audio Broadcasting) nebo on-line poslech přes webové stránky rádia), ale jeho součet je díky internetu jednodušší a některé portály dokonce ukazují přesný aktuální počet posluchačů. Mnohdy je přítomen i graf, který znázorňuje růst či pokles počtu posluchačů v určitém časovém horizontu. Zjištění, kolik lidí poslouchá klasické frekvenční rádio, je tak podstatně složitější. Což je nevýhodou standardního rádia oproti internetovému.

O přípravě **moderátora v televizi** bylo vzhledem k podobnosti mnoho informací zmíněno v případě moderátora v rozhlase. Příprava na vysílání bude v obou případech velmi obdobná. Než bude moderátor moci moderovat své první vysílání nebo pořad, bude muset podstoupit důkladnou průpravu a vstřebat mnoho informací. V případě zvládnutí technického vybavení je však práce moderátora v televizi výrazně jednodušší. Veškeré velké vybavení ovládají speciální technici. Moderátor v danou chvíli nic neovládá, ale musí mít povědomí téměř o všem. V každém případě je mu připevněn port s mikrofonem, kterým následně komunikuje s diváky i režisérem. Existuje jich celá řada, nejznámější je malý mikrofon takzvaný *náhlavní*, jehož slabou konstrukci si moderátor nasadí za uši a schová pod vlasy. Adaptér s baterkami je umístěn za páskem, nebo kalhotami moderátora. V případě hostů jsou připevňovány o něco větší mikrofony zvané *klopáky* na svetr účinkujícího. Technika však může být rozdílná. Moderátor dále musí naprosto bezpečně vědět, s jakou kamerou má v danou chvíli komunikovat, tedy z jakého úhlu je v případě prostornějšího studia snímán.

Musí dbát pokynů z režie, které jsou mu sdělovány pomocí sluchátek, a řídit se jimi. Je také velmi důležité si neustále uvědomovat, že co je v reálu na levé straně, vidí diváci na straně pravé. Proto pokud je ve vysílání užíváno nějakých graficky dodávaných prvků, je třeba mít toto stále na paměti. Tyto grafické prvky se užívají například v případě předpovědi počasí, nočních soutěží nebo věšteckých pořadů. Dále, pokud má moderátor v pořadu vyměřený čas na konkrétní informaci, musí sledovat časomíru, která mu říká, kolik minut nebo vteřin mu do konce jeho projevu zbývá. Pokud se podíváme, jak je tomu u zprávařů, zde je zapotřebí naučit se pracovat se čtecím zařízením, kde jsou zobrazovány zprávy. Důležité je nastavit správnou rychlost odvíjení textu podle toho, jak rychle konkrétní zprávař čte.

Kromě technických požadavků musí samozřejmě perfektně ovládat umění rétoriky. Taktéž dochází k rétorickým cvičením správné artikulace, tempa řeči a dalších. Zde je příprava velmi podobná (viz podkapitola 2.1).

Moderátor v televizi musí mít také zvládnutou metodiku vysílání, musí vědět, jak dlouhý má čas na sdělení určité informace, dle cílové skupiny musí vědět, jaký styl řeči by měl používat. Jestli se jedná o dětský pořad, může si dovolit užívání zdvořilosti, naopak u pořadu publicistického musí být jeho vyjadřování na nejvyšší možné úrovni. Zde je opět postup školení velmi podobný.

Rozdílnost nalezneme v případě zařazení neverbální komunikace do projevu. Jak již bylo zmíněno, moderátor v rozhlasu užívá pouze mimiku k dokreslení svého sdělení, avšak moderátor v televizi užívá neverbální komunikaci jako celek. Jelikož je ve většině případů na obrazovce vidět celá jeho postava, soustředit se musí na všechny části. Je důležité, aby k vyjadřování užíval i mimiku, vhodných výrazů hodících se k tématu, o kterém hovoří, nebyl příliš usměvavý, pokud hovoří o záporně laděném tématu, nebo příliš skleslý, když bude sdělovat radostnou událost. Měl by v rámci posturiky dodržovat správné držení těla a mít vhodný odstup od hosta, ke kterému hovoří. Dbát musí také z hlediska kineziky na pohyby svého těla a především na gesta, kterými dotváří svůj verbální projev. Gesta mohou mnohdy prozradit více informací o moderátorovi a jeho osobním názoru, než se posluchač dozví ze samotného sdělení.

Pokud by gestikulace nebyla vhodně přizpůsobena obsahu sdělení, může jeho hodnotu i důvěryhodnost výrazně snížit. V neposlední řadě musí moderátor pečovat a dbát o svůj vzhled tak, aby opět korespondoval s tématem, o kterém bude hovořit, a působil příjemným dojmem. Například zcela jiné oblečení bude volit moderátor večerní politické debaty a moderátor specializovaného pořadu pro kutily a zahrádkáře. Vždy však musí moderátor vhodně sladit svůj oděv s doplňky a nádechem pořadu.

S nástupem internetu se práce moderátorů v televizi zjednodušila, a to například ve vyhledávání důležitých informací o respondentovi, se kterým se pořad bude natáčet, ale jejich práce a povinnosti v natáčecím studiu zůstaly stejné. Rozdíl pocítí tvůrci pořadu, kdy se v dnešní době zakládají profily jednotlivých pořadů na sociálních sítích, díky nimž mohou sledovat jejich popularitu a oblíbenost. Na tyto profily tak mohou vkládat fotografie, videa, ankety nebo odkazy na díly pořadů umístěných na webových stránkách. Fanoušci profilů zde mohou vkládat své názory nebo diskutovat s různými odborníky prostřednictvím diskusních fór. Tyto výhody jsou však velmi podobné, ne-li totožné, jako je tomu v případě rozhlasu.

3 ŘEČNICKÝ STYL A RÉTORIKA

Vytříbená forma mluveného projevu je označována jako řeč a její vývoj trval od antiky až po současnost. Jedná se o komplex detailně propracovaných taktik, často reagujících na konkrétní společenskou situaci a jiná významná témata. (Žantovská, 2008, s. 29)

„Cílem výcviku v rétorice není dosáhnout jednotného chování při mluveném projevu a rozhovoru, nýbrž umožnit variabilní komunikační chování přiměřené konkrétní situaci a osobnosti jednotlivce. Rétorický výcvik se vždy snaží o zlepšení mezilidské komunikace. To platí pro prezentaci, stejně jako pro moderování, mluvený projev a rozhovor.“ (Allhoff, 2006, s. 9)

Rétorika se poprvé objevila v Řecku v 5. století př. n. l., kde se rozšířila a začala se uplatňovat ve všech odvětvích společenského života. Proto každý, kdo měl nějaké rétorické vzdělání, měl při obhajování vlastního názoru značné výhody. Na základě toho začali fungovat veřejně působící učitelé rétoriky a vzdělávali lid. S nárůstem povědomí o účinku a moci samotné řeči se objevovaly názory, že řeč je všemocný prostředek a „nástroj přesvědčování“. Rétorika se stala jedním z nejučinnějších vzdělávacích systémů a ještě než byly sepsány učebnice, bylo zde mnoho velmi zdatných řečníků. V té době se mluvený projev dělil do tří kategorií, mezi které patřila řeč slavnostní, řeč politická a soudní řeč. Ať už se jednalo o jakoukoli řeč, musela být podložena důkladnou znalostí obsahu, protože římstí řečníci se ve svém projevu neustále zdokonalovali a ctili morální a etickou stránku společenského života. (Allhoff, 2006, s. 183-184)

Rétorika byla ve 20. století používána k účelům přesvědčování a manipulace a byla nepostradatelná v rámci propagandy a politických projevů. Užití našla bez pochyb i v nových médiích, jimiž byl rozhlas a kino. Od negativního užití zaznamenala rétorika odklon až okolo roku 1960, kdy byl zaveden pojem „rétorická komunikace“ a rétorika se navrátila k obsahové, etické, psychologické a společensko-politické orientaci. V průběhu 90. let se neustále zvyšovaly nároky na kvalitu a kompetenci řečníků a moderátorů a docházelo tak k nárůstu komunikace ve všech oborech. V současných letech by společnost bez rétoriky již nedokázala existovat. (Allhoff, 2006, s. 185-187)

3.1 Osobnost řečníka

Vystoupení **řečníka**, tedy i **moderátora**, musí mít mnoho náležitostí, aby vše dohromady bylo v souladu. Perfektní příprava a osobnost řečníka jsou dva hlavní aspekty, které určují efektivitu finálového výsledku. Moderátorův výstup ovlivňuje mnoho faktorů, které jsou ukotvené z minulosti nebo přítomnosti. Jedná se o signály přicházející zevnitř nebo zvenčí moderátora.

Už v antice se osobnost řečníka charakterizovala podle Hippokratova rozdělení povahových rysů, kde se společnost člení na flegmatiky, sangviniky, melancholiky a cholery. Právě na základě neverbální komunikace a emocí, které dáváme na odiv, si publikum utváří názor o povaze vystupujícího. Je velice důležité trénovat obě složky projevu, tedy verbální i neverbální, aby dohromady utvářely příjemnou harmonii, a tak bylo dosaženo co nejlepšího celkového dojmu. Ten se utváří na základě dvou hlavních proudů. Jedním je halo-efekt, tedy první dojem neboli první minuta výstupu. Pokud si moderátor na první dojem publikum nezíská na svou stranu, pak je těžké jejich názor změnit. Druhým jsou ustálené soudy. Pod tím se skrývá profesní, sociální a národnostní zařazení řečníka a také očekávání publika, které následně buď splní, nebo nikoli. V neposlední řadě je velmi důležitá i řečnickova pověst, takže velice záleží na jeho způsobu života. (Žantovská, 2008, s. 101-102)

Dalším, velice důležitým faktorem úspěšného moderátora je jeho image. Tvorba image není chvilkovou záležitostí, ale naopak celoživotním procesem. Každý ji formuje k obrazu svému, snaží se potlačovat ty vlastnosti a stránky svého já, které jsou pro jeho růst negativní, a naopak podporuje výrazné a silně pozitivní rysy osobnosti. V moderní rétorice význam pěstování a budování image neustále roste, protože pokud řečník není dostatečně výrazný a nijak nevyniká nad ostatními, splyne s davem.

Image se dá dělit do čtyř kategorií. První se nazývá self-image. Je to moderátorův pohled a představa o sobě samém, tedy to, jak sebe vnímá. Druhým typem je vnímaná image, která je opakem od self-image. Jedná se o pohled, jak moderátora vidí ostatní, jak na ně působí, což může být značně odlišné od toho, jak se vnímá sám. Třetím druhem je image získaná. Tu získává na základě pověsti, která se nese, nebo dle osobních či skupinových soudů. Posledním, avšak neméně důležitým typem image je vyžadovaná image.

Ta vznikne na základě respektování určitých pravidel pro daný druh komunikace a formuje se, když vystupuje v roli prezentátora či zástupce. Utváření image je dlouhodobý proces, který souvisí se schopností pochopit a utvářet své vlastní já. Řečník se snaží působit pozitivně na své okolí tak, aby ho v jeho roli přijalo a akceptovalo jak možná nejlépe. Následně po cíleném úsilí se může podařit vytvořit si vlastní osobnostní image, která bude specifická nějakým výrazným znakem a dokonce může působit až ikonickým obrazem. (Žantovská, 2008, s. 102-103)

3.2 Příprava projevu

Nedílnou součástí celého rétorického procesu je samotná příprava projevu řečníka, tedy i moderátora. Ta se odvíjí především podle druhu řeči, kterých existuje hned několik. Mezi tři nejtypičtější patří informativní, persuasivní a situační řeč. Řeč informativní bývá formou prezentace, referátu a odborných přednášek, které slouží ke zprostředkování faktů, důležitých poznatků a informací. Politické řeči a komentáře spadají do řeči persuasivních, kde řečník formuje názory, které mají za úkol přesvědčit posluchače o již existujících nebo zcela nových míněních. V neposlední řadě jsou řeči situační, které zahrnují smuteční projevy, jubilejní nebo slavnostní proslovy. Jsou prezentovány při různých významných událostech a jsou realizovány v určitých „řečových situacích“. (Allhoff, 2006, s. 44)

V samotné přípravě projevu je velmi důležitým prvotním bodem vyhledávání tématu a jeho následné rozpracování. Vhodné téma bude pro každého moderátora jiné, záleží totiž na několika faktorech, jakým je například jeho osobnost. Dalším faktorem je momentální nálada společnosti, kterou ovlivňuje současné dění ve státě i ve světě, a jedná se o tzv. aktuální celospolečenská témata. Tak či tak je vhodné vybírat témata, která samotného moderátora zajímají, které se dají pojmout z více úhlů a především témata, která zaujmou publikum. Z tématu je potřeba vymezit si konkrétní oblast, které se bude moderátor věnovat. Následně je nutné stanovit konkrétní cíl, tedy závěr, kterým moderátor ukončí svou řeč a splní tak samotný účel projevu. Cíl by měl být definován jednoduše, srozumitelně pro širokou veřejnost a jednoznačně, aby nedošlo k nějakému nedorozumění v důsledku víceznačnosti. (Žantovská, 2008, s. 87-88)

Po výběru tématu je důležité správně analyzovat publikum, kterému bude projev určen, a to především, pokud se jedná o specifické publikum.

Pro každý typ auditoria je vhodný jiný stylistický přístup, jiné argumenty a odlišné druhy apelů. Pro vhodné upřesnění publika se stanoví dva základní druhy otázek. První typ je zaměřen na otázky sociologické a zjišťuje se nejčastější věk, pohlaví, rodinný stav, zaměstnání, příjem, náboženství a další faktory publika. Druhým okruhem otázek jsou otázky psychologického rázu. Zde se hledají odpovědi na otázky, jak bude publikum naladěno nebo jak bude znalé teorie v oblasti projevu. (Žantovská, 2008, s. 88) Při analýze publika se také bere ohled na sociální vrstvu a úroveň vzdělání. Důležitý je také postoj posluchače k mluvčímu, jeho motivace a obecný zájem o téma. Tohle vše dohromady stanovuje srozumitelnost na straně posluchače a řečník k tomu musí přihlížet. (Allhoff, 2006, s. 52)

Po zhotovení všech předcházejících fází přichází na řadu samotná tvorba hlavní části projevu. Součástí každého projevu, ať už se jedná o jakýkoliv typ, je takový materiál, který tvrzení a názory moderátora nejvíce podpoří. Řeč je o nezpochybnitelných důkazech a definicích, číselných statistických údajích, vizuálním zobrazení poznatků a dat, příkladech, logických argumentech a motivačních výzvách. Text musí být však jasně srozumitelný pro řečníka, aby byl srozumitelný i pro publikum. Proto je důležité vyhnout se chaotickému uspořádání, vše musí být přehledné, stručné a jasné. (Žantovská, 2008, s. 89-92)

„Jestliže úvodem má řečník překvapit, závěrem by měl ohromit. Tento výrok můžeme modifikovat do podoby úvodem zaujmout, závěrem strhnout. Pravdou je, že jestliže úvodem podstatně ovlivňujete celkový dojem ze svého projevu (př. formou halo-efektu), závěr je to, co si publikum drží v paměti nejdéle. Proto je důležité vždy se nějakou formou vrátit k základní myšlence našeho projevu a zdůraznit její důležitost.“ (Žantovská, 2008, s. 92)

Závěr se tedy skládá ze zopakování nejdůležitějších bodů projevu, základní myšlenky, dále, pokud se jedná o apelativní projev, by neměla chybět provokativní řečnická otázka nebo apelativní výzva a na úplný závěr samozřejmě poděkování publiku. (Žantovská, 2008, s. 92)

V neposlední řadě je nezbytné zmínit, čemu věnovat pozornost, aby byl přednes srozumitelný pro posluchače. Moderátor musí dbát na zřetelné klesnutí hlasem na konci věty nebo myšlenky, dodržovat optimální výšku hlasu, nesnažit se o přehnaně zřetelnou komunikaci, přízvuk ve větě musí mít pouze jedno slovo, dodržovat přiměřené tempo řeči a dbát na správnou a zřetelnou artikulaci. Pokud bude řečník dodržovat těchto pět bodů, bude jeho řeč živá. Nudný, monotónní a nezáživý projev způsobuje, že pozornost posluchače výrazně klesá, je zde tendence ke zvýšené únavě a celý projev ztrácí efektivitu. (Allhoff, 2006, s. 53)

4 HISTORIE ROZHLASU

Rozhlas byl objeven na počátku 20. let 20. století a byl prvním elektronickým médiem masové komunikace. 20. léta představovala obrovský rozvoj tohoto média, ale v letech 30. už můžeme mluvit o masové záležitosti, která začala velmi výrazně konkurovat tištěným médiím. Rozhlas totiž splňoval jak informační, tak zábavní složku společenského života a později se stal i mocným politickým nástrojem.

První rozhlasová stanice na světě vznikla v roce 1920 v Americe pod názvem KDKA, u nás to byl Radiojournal v roce 1923. Dalším významným pokrokem byl vynález simultánního rozhlasu, který umožňoval přenos z jedné stanice do jiných prostřednictvím meziměstského telefonního spojení a umožnil tak vstup každé stanice do celostátního vysílání. O 10 let později bylo představeno vysílání pomocí krátkých vln pro Čechy a Slováky v zahraničí. (Končelík, 2010, s. 56-57)

Rozdíl mezi Evropou a Spojenými státy v rozhlase byl znatelný i z hlediska vlastnictví. V Americe se rozvíjel jako soukromá podnikatelská iniciativa, ale v Evropě byl řízen státem. V Československu spadal pod správu ministerstva pošt a telegrafů, jelikož byly na vysílání užívány stejné podmínky, jako tomu bylo u telegrafie.

Stejně jako televizní vysílání i rozhlasové podléhalo cenzuře, která však byla přesně stanovena až v září roku 1938. Do té doby byla veškerá pravidla domluvena pouze ústně mezi policií a vedením Radiojournalu. Bylo dohodnuto, že Radiojournal seznámí minimálně 48 hodin před vysíláním policejní ředitelství s plánovaným programem. Pokud by došlo k nedodržení předloženého textu a změně vysílání, musel by být přenos okamžitě přerušeno. (Končelík, 2010, s. 57-58)

4.1 Vysílání ve světě

V roce 1922 začala v **Anglii** vysílat první rozhlasová stanice *British Broadcasting Company* (BBC). Ta se však v roce 1927 přejmenovala na *British Broadcasting Corporation* (BBC). Dlouhá léta byla absolutní jedničkou na trhu, proto až do roku 1973 vlastnila významná královská práva a monopol. V té době měla čtyři celostátní okruhy a dvacet místních. Komerční rozhlas vznikl následně pod názvem *British Broadcasting Authority*. Anglie nabízí možnost poslechnout si deset národních a 200 regionálních rozhlasových stanic a po vzniku digitálního vysílání, což bylo v roce 1996, vzniká řada dalších. Po roce 2000 získávají komerční stanice větší volnost, nejsou veřejně kontrolovány, řídí se pouze zájmy svých akcionářů. (Verner, 2013, s. 28-29)

Rozhlas v **Americe** začal vysílat pravidelně jako první na světě, a to v roce 1920, přičemž většina amerických stanic je komerčních. Podnikání v oblasti televize a rozhlasu bylo vzájemně propojeno a vysílací licence neboli základní zákonné normy vydávala Federální komise pro telekomunikaci od roku 1934. Amerika se v roce 1972 mohla pyšnit 6 719 komerčními stanicemi a celých 93 % z nich patřilo soukromníkům. Existují zde čtyři rozhlasové monopoly *American Broadcasting Company* (ABC), *Columbia Broadcasting System* (CBS), *National Broadcasting Company* (NBC) a *Mutual Broadcasting System* (MBS), mezi které je rozdělena asi třetina komerčních stanic. Střední vlny obsadily v Americe programy zaměřené na mluvené slovo a naopak pro stanice určené pro různé hudební formáty jsou velmi krátké vlny.

Absolutní jedničkou v americkém rozhlase je stanice s názvem *National Public Radio*. Míra jejího meziročního nárůstu poslechovosti dosáhla až deseti procent a zabodoval i ranní pořad, který má nyní o šedesát procent vyšší počet posluchačů než významná a velmi populární televizní show *ABC Good Morning America* vysílaná taktéž v ranních hodinách. Řeč je o sedmi a půl milionu posluchačů. Rozhlas zaměstnává dokonce více zpravodajů než CNN. (Verner, 2013, s. 65-66)

4.2 Vysílání v Česku

Pravidelné rozhlasové vysílání pro veřejnost odstartovalo v ČSR 18. května 1923, konkrétně ve Kbelích. 7. červen 1923 byl ve znamení vzniku rozhlasové společnosti Radiojournal. Začátky byly velice skromné, vysílalo se z malého dřevěného domku, kde pracovali dva technici spolu s programovými pracovníky. (Končelík, 2010, s. 56-57) První hlasatelkou Radiojournalu byla *Emilie Tučková*, která vysílala od roku 1923, a další z prvních moderátorek byla *Zdeňka Walló*, která byla však po několika letech svého působení propuštěna z rasových důvodů. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-07) Po pár letech se Radiojournal přestěhoval do budovy nakladatelství Orbis, kde již bylo studio lépe zařízené. Začaly se rozrůstat působiště rozhlasu, vysílalo se z Brna, Bratislavy, z Košic, později i z Ostravy. (Končelík, 2010, s. 56-57) V roce 1923 bylo přidáno meteorologické zpravodajství a novinkou v polovině 20. let byla rozhlasová reportáž a první pokusy o reportáž sportovní byly v roce 1924, kdy šlo o zprostředkování utkání v boxu v Praze na Letné. (Končelík, 2010, s. 60-62) Nápad na první přenos tohoto sportovního boxerského utkání přinesl otec rozhlasu *Miloš Čtrnáctý*, který se také zasloužil o zavedení zpráv ČTK do vysílání. On sám patřil mezi první osoby, které se objevily před mikrofonom. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-08) Přenos utkání v kopané mezi Slávií Praha a Hungarií Budapešť lze považovat za první skutečnou sportovní reportáž, a to nejen v ČSR, ale v celé Evropě. Utkání se uskutečnilo 3. října 1926 a komentoval ho *Jiří Laufer*, který se stal tvůrcem rozhlasové sportovní reportáže, protože propojil aktuální dění na hřišti s odborným výkladem a vznikl tak nový žánr. (Končelík, 2010, s. 60-62)

Rozhlasové stanice nejdříve budovaly soukromé firmy, ovšem v roce 1925 do vysílání Radiojournalu vstoupil stát, který rozhodoval o kontrolních orgánech, stavbě vysílačů, informačních zdrojích zpráv, formě cenzury a dalších záležitostech. Ke kompletnímu zestátnění společnosti došlo v roce 1938. Stát měl právo rozhodovat o technických aspektech vysílání, podmínkách příjmu rozhlasového vysílání, kontroloval hospodaření a také disponoval se ziskem. Nový typ rozhlasového vysílání se objevil v roce 1927 a jedná se o veřejnoprávní systém, podle kterého je vysílání bráno jako služba veřejná.

Prvním médiem tohoto typu se stala britská vysílací stanice BBC. (Končelík, 2010, s. 59) Úplně první přímý přenos v Evropě zrealizoval Radiojournal, což byl v tehdejší době zcela nový prvek ve vysílání. Posluchačům v únoru roku 1925 přenášel ze Smetanovy opery Dvě vdovy z Národního divadla. Přímé přenosy na mezinárodní úrovni byly realizovány od roku 1927 a staly se tak běžnou součástí vysílání. V roce 1932 začal rozhlas vysílat přehled domácího tisku a v roce 1934 byly přidány tzv. mluvené noviny, tedy původní zpravodajská relace. (Končelík, 2010, s. 60-62)

V období druhé republiky byl rozhlas mnichovským diktátem a vídeňskou arbitráží velmi poškozen a došlo ke ztrátě 370 tisíc posluchačů a některého technického zařízení. Byl zesílen politický tlak na rozhlas a muselo také dojít k reorganizaci. Ke dni 28. prosince 1938 byl změněn název na Česko-Slovenský rozhlas. V září 1938 byly provedeny i cenzurní změny a rozhlas musel pomáhat v řešení ekonomické a sociální situace. (Končelík, 2010, s. 78)

Na krátkou chvíli se rozhlas vrátil k používání názvu Radiojournal, ale další změna nastala v roce 1939, kdy slouží okupační moci s novým názvem Český rozhlas. Každý program nesený éterem musel být před jeho odvysíláním předložen k cenzuře a zpětně byly pořady hodnoceny německou odposlouchávací službou. (Končelík, 2010, s. 92) Téhož roku se uskutečnila na Václavské náměstí v Praze německá vojenská přehlídka u příležitosti Dne branné moci. Tehdejší moderátor *František Kocourek* vstoupil do dějin rozhlasové politiky díky své slavné reportáži, která byla smělym projevem odporu proti okupantům. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-09) Březen roku 1940 přinesl zavedení programové intendatury, která usměrňovala a kontrolovala programovou skladbu rozhlasu. (Končelík, 2010, s. 92)

Koncem roku 1940 mohli Němci využívat Český rozhlas jako nástroj své propagandy ještě snadněji, jelikož pronikli přímo do správy společnosti. Hlavním znakem pro počátky protektorátu bylo české vlastenectví, které se objevovalo i v hudebních a literárních pořadech. Čeští rozhlasoví redaktoři za okupace doufali, že protektorátní situace je jen dočasná. Svůj nesouhlas mnoho z nich projevilo na květnovém povstání v Praze. Ohniskem povstání byl jednoznačně boj o rozhlas. V rozhlase nebyla výjimkou ani ilegální odbojová činnost, která měla své oběti mezi odbojáři, ale i židovskými zaměstnanci. (Končelík, 2010, s. 100-101)

V roce 1943 se rozhlas věnoval sportovním přenosům, konkrétně z plaveckého mistrovství Čech a Moravy, z Letních her na pražské Spartě nebo ze sportovních her konajících se na Strahově, přičemž se vysílalo v češtině i němčině. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-10)

Na začátku května roku 1945 volal rozhlas o pomoc, což se stalo symbolem Pražského povstání. Řeč svobodného vysílání byla pronesena 9. května 1945 a měla velký význam. 22. srpna 1945 došlo sloučením ke vzniku Československého rozhlasu. V době působení prozatímního ředitele rozhlasu Otakara Matouška bylo zavedeno samostatné rozhlasové zpravodajství, jehož tvorbu do této doby zajišťovala ČTK. Vrcholnou etapu zažíval rozhlas v poválečném období, a to i díky existenci přijímače téměř v každé domácnosti. Se jmenováním Bohuslava Laštovičky do funkce ředitele se rozhlas stal hlavním agitačním nástrojem KSČ. (Končelík, 2010, s. 120-121)

Oblíbenost rozhlasu potvrdil i zájem o Mezinárodní výstavu rozhlasu v květnu 1948. Na počátku 50. let byl přesycen budovatelskou tematikou a své posluchače získal zpět tím, že bavil i vzdělával a byl součástí každé rodiny. Samostatnou rozpočtovou organizací se stal stejně jako televize v roce 1959. Půlhodinový pořad **Hovoří Moskva** byl významným prvkem propagandistického snažení. Nové typy pořadů zařadil rozhlas v 60. letech. Ty si získaly velkou oblibu a zůstaly tak ve vysílání po desetiletí. Jednalo se především o pořady **Mikroflóra**, motoristický pořad **Pozor, zákruta!** nebo večerníčkový pořad **Dobrou noc, děti** vyprávěný *Vlastimilem Brodským*. (Končelík, 2010, s. 150, 154)

4.2.1 Vývoj do roku 1989

V období pražského jara patřil rozhlas stále k nejnvlivnějším médiím, protože ze všech dostupných médií dokázal přenos informací a zpráv zprostředkovat nejrychleji. Mnoho novinářů a publicistů rozhlasu odešlo v srpnu 1968 do exilu a zahájení čistek znamenalo pro mnoho novinářů zákaz činnosti.

Personální čistky mezi zaměstnanci rozhlasu probíhaly v dubnu 1970 a měly dopad na třetinu všech pracovníků. Jejich místa obsadili často nezkušení, avšak politicky prověření zaměstnanci. To se projevilo ve snížení kvality především zpravodajských a publicistických pořadů a redakce těchto oborů byly ovládnuty útvarem Ústředního vysílání politického zpravodajství a publicistiky. (Končelík, 2010, s. 234-236)

Významné programové změny probíhaly na začátku 70. let. Svě vysílání odstartovala nová stanice Hvězda, která nahradila stávající okruh Československo I, a od roku 1973 vysílala 24 hodin denně česky a slovensky, stereofonní vysílání přišlo v roce 1980. Existovalo pět programových okruhů, na kterých vysílání ČsRo ustalo. Patřily sem vysílání celostátní zpravodajské stanice Hvězda, dále dvě stanice zaměřené na kulturu Vltava a Děvín a v první řadě také národní stanice Praha a Bratislava. Počátek 80. let znamenal 28 zpravodajských pořadů odvysílaných denně na stanici Hvězda. Vznikaly i nové publicistické pořady jako například **Jak já to vidím**, **Dělnický komentář** nebo **Lidé kolem nás**, které podporovaly politiku KSČ. Rozsáhlá síť tazatelů a cílené dotazníkové akce byly nástrojem zjišťování poslechovosti v letech 80. V té stejné době byl kladen větší důraz na pestrost vysílání, avšak byly zde finanční problémy, a tak i problémy s technickou zaostalostí rozhlasu. (Končelík, 2010, s. 236-238) V polovině 80. let se také vysílal pravidelný sobotní pořad **Co děláš, to dělej rád**, který uváděla *Jiřina Bohdalová*, *Stella Zázvorková* a *Vladimír Dvořák*. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-11)

4.2.2 Vývoj po roce 1989

Na počátku 90. let neustále držel stát monopol ve vysílacích médiích a až politickým rozhodnutím došlo k jejich odstátnění. Po dlouhých sporech o kompetence týkající se rozhlasového i televizního vysílání došlo k odsouhlasení malého kompetenčního zákona, díky kterému se dříve státní rozhlas a televize změnila na veřejnoprávní média. Současně vznikl duální systém, který povoloval existenci médií jak veřejnoprávních, tak i privátních. Zřizovatelem privátních médií mohl být soukromý vysílatel. Privátní média byla zakládána rozvojem soukromých vysílacích stanic. První stanicí tohoto typu bylo Radio Stalin, založené v roce 1990, které vysílalo bez úředního povolení, jelikož stát začal vydávat rozhlasové licence až v roce 1991. Prvními držiteli byly Evropa 2, Radio 1, Vox nebo Bonton. Radio Alfa odstartovalo vysílání v roce 1993 a bylo první celoplošnou privátní stanicí. (Končelík, 2010. s. 260-261)

Od roku 1990 byl vysílán jeden z nejznámějších publicistických pořadů rozhlasu **Hovory z Lán**, kde každou neděli prezident Václav Havel komentoval aktuální dění. Pořad byl moderovaný nejdříve *Otou Nutzem*, později *Jiřím Vejdovou*. S prezidentem rozmlouvala i moderátorka *Stanislava Dufková*. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-12)

V roce 1990 se také v českém éteru objevila jedna z prvních talk-show **Tobogán**, kdy si moderátor *Tomáš Sláma* zval do pořadu hosty. Na počátku se jednalo víceméně o improvizované povídání, které trvalo v průměru dvacet minut, avšak později dostalo svou hodinovou podobu. Kvůli úmrtí zdánlivě nenahraditelného Tomáše Slámy se zdálo, že pořad skončí, ale nakonec se pořad vrátil s novými moderátory *Petrem Jančaříkem*, *Jaroslavem Duškem* nebo *Alešem Cibulkou*, který pořadem provází dodnes. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-13)

Další nový prvek zaznamenal rozhlas v roce 1994, kdy 1. listopadu poprvé vstoupil na internet. V této době ještě nebyl internet běžnou součástí každé domácnosti, užíván byl spíše na akademické půdě, proto i první obsah vysílání byl v podobě anglického zpravodajství. Již v roce 1997 přidal rozhlas další nový prvek, kterým byly on-line videopřenosy. Nejvýraznějším projektem těchto videopřenosů byla gorilí reality show. V roce 1998 přidal Český rozhlas i webové stránky v českém jazyce, ze kterých se velmi rychle stal rozsáhlý portál s mnoha informacemi. Vstup na internet dále umožnil užívat službu iRadio, což je archiv pořadů odvysílaných na všech stanicích od roku 2002, dále poslech živého vysílání nebo vstup na speciální stránky pro děti. (Český rozhlas, online, cit. 2014-12-14)

5 HISTORIE TELEVIZE

Vzniku samotné televize muselo předcházet mnoho dalších objevů. Velmi důležitým krokem byl vynález elektřiny v polovině 19. století. V té stejné době byl vynalezen i telegraf Američanem Samuelem Morseem. Dalším významným rokem byl rok 1843, kdy hodinář Alexandr Bain sestavil podmínky pro přenos obrazu na dálku a jeho první aplikace byla v provozu téhož roku.

Základ vzniku klasické televize položil německý student Paul Gottlieb Nipkow v lednu roku 1884. Představil a patentoval svůj děrovaný kotouč s otvory spirálovitého uspořádání. Svůj vynález pojmenoval jako „Nipkowův kotouč“ a představoval ho roku 1928 na výstavě německého rozhlasu a přenášel zde obrázek o velikosti poštovní známky. Stále se jednalo o mechanickou televizi. (Verner, 2010, s. 120-121)

Pokračovatelem ve vývoji televize byl v Anglii John Logie Baird. K výrobě televizoru použil systém děrovaného kotouče, který roztáčel motor a představil jej v roce 1925. V roce 1928 předvedl barevnou televizi s mechanickým rozkladem obrazu. (Verner, 2010, s. 122)

Významným rokem byl rok 1927, kdy se uskutečnilo první televizní vysílání za pomoci telefonní linky mezi Londýnem a Glasgowem. V únoru následujícího roku byl televizní signál přenesen z Londýna až do New Yorku, a to prostřednictvím rádiových vln. Vše bylo pod záštitou stanice BBC a takto to trvalo až do roku 1932. V roce 1936 éterem proběhla velká událost, a to když se uskutečnilo první televizní vysílání z olympijských her konaných toho roku v německém Berlíně. (Maletínský, online, cit. 2014-12-14)

V období druhé světové války zájem o televizi a televizní vysílání začal upadat. BBC pozastavilo své vysílání, ale zájem o televizi neutichl na dlouho. Prvním státem, kde bylo po válce v roce 1945 obnoveno vysílání, byla Francie, následoval také Sovětský svaz a v červnu 1946 se přidala i Velká Británie. Zájem o televize byl v této době už opět obrovský a koncem roku 1947 vlastnily americké domácnosti údajně až milion televizních přijímačů. Systém kabelové televize byl v USA zaveden v roce 1948. (Maletínský, online, cit. 2014-12-14)

„Rozlišujeme tři druhy instituce televize: státní, veřejnoprávní a komerční. Rozdíly jsou především ve zdrojích financí a způsobu řízení. Státní, socialistická televize byla financována státem s využitím koncesionářských poplatků i placené reklamy a kontroluje ji jmenovaný dozorčí orgán.

Veřejnoprávní televize je samostatný právní subjekt hospodařící se svým majetkem, který je vytvářen zejména koncesionářskými poplatky a reklamou. Řídí ji nestátní orgán uplatňující právo veřejnosti na kontrolu a uplatňující zájmy poplatníků. Mezi povinnosti zpravidla patří informování zdravotně postižených a vysílání pro národnostní menšiny. V různých státech jsou uplatňovány různé modely. Komerční televize je zcela nezávislá soukromá instituce, její zdroje plynou z reklamy a další podnikatelské činnosti, nemá jiné povinnosti, než ke svému zřizovateli. Ten však musí platit případné poplatky za licenci a zejména za provoz komunikačního kanálu.“
(Verner, 2010, s. 122)

5.1 Vysílání ve světě

V **Anglii** bylo první pokusné televizní vysílání mechanické i elektronické televize uskutečněno na TV BBC v roce 1926 a od roku 1936 vysílá pravidelně. V roce 1964 přidala ještě druhý program. Třetí program ITV, jehož významnou moderátorkou zpráv byla *Julie Etchingram*, spolu s prvním programem vysílali barevně od roku 1969. BBC jakožto největší mediální veřejnoprávní gigant měla přinášet pouze programy, které by odpovídaly veřejnému zájmu. Přesto, že byl kanál BBC financován státem, dostal se v roce 1995 do finančních potíží. Musel se tak začít věnovat vedlejším programům jako vydávání časopisů, knih, poskytování reklamy, informací na internetu a jiné, díky čemuž problémy ustaly. (Verner, 2013, s. 28)

Stejně tak jako Británie zaznamenala i **Amerika** po druhé světové válce rychlý rozvoj televize. Ve 20. letech vysílala pouze pokusně, ale od roku 1941 byl televizní přenos zahájen pravidelně. První komerční televize na světě vznikla v roce 1947 v Mississippi. Amerika vysílá čtyři celostátní programy, přičemž tři jsou komerční a jeden nekomerční. Americký televizní trh ovládají tři velké televizní společnosti, konkrétně National Broadcasting Company (NBC), Columbia Broadcasting System (CBS) a American Broadcasting Company (ABC) založená v roce 1945, která vznikla oddělením od NBC. Pod tyto koncerny spadaly v roce 1972 až dvě třetiny ze všech sedmi set televizních stanic. (Verner, 2013, s. 66)

Mnoho amerických stanic je žánrově založeno a silné zastoupení mají i stanice zaměřené na národnostní jazyky. Známa je například hispánská mediální televizní síť Hispanic Television Network, která se v roce 2000 propojila s dalšími sedmi hispánskými stanicemi. Ze žánrových stanic je světově proslulá například kabelová, nepřetržitě vysílající zpravodajská televize CNN-USA, kterou založil *Ted Turner* v roce 1980. Získává obrovskou popularitu a udává celosvětový trend zpravodajské televizní žurnalistiky. První rozhlasovou stanicí si Ted Turner koupil v roce 1970 v Montaně. Světového věhlasu dosáhla jeho rozhlasová stanice CNN díky přenosu zprávy raketoplánu Challenger z roku 1986. Mezi významné zpravodajské moderátory patří Dan Rather (CBS) a Tom Brokaw (NBC).

Amerika, konkrétně USA patří mezi státy s největší sledovaností televize na světě (cca 7 hodin) a v osmdesátých letech 20. století dosáhla, co se počtu televizních stanic týče, čísla 6 600. Tehdy využívala kabelových rozvodů téměř polovina amerických domácností. Přejít na digitální vysílání se uskutečnil v roce 1998, což byl další velký krok kupředu. (Verner, 2013, s. 66-67; Maletínský, online, cit. 2014-12-14; Verner, 2011, s. 85)

5.2 Vysílání v Česku

V Československu probíhaly ve třicátých letech pokusy s mechanickou televizí, avšak první pokusné vysílání se uskutečnilo až 23. března 1948. Zásahu na tom měli vědci Vojenského technického ústavu a vysílalo se z Tanvaldu. Druhý pokus o televizní vysílání proběhl téhož roku na mezinárodní výstavě rozhlasu MEVRO v Praze. 4. 7. 1948 proběhl první pokus bezdrátového televizního přenosu z XI. Všesokolského sletu na Strahově. První vysílací studio vzniklo v centru Prahy v Měšťanské besedě, odkud bylo zahájeno zkušební vysílání dne 1. 5. 1953, ve kterém vystoupil František Filipovský. Nejprve byla televize součástí rozhlasu, později s novým zákonem získala legislativní základy. Velký zájem obyvatel odstartoval první přímý sportovní přenos z roku 1955, kdy měli diváci možnost sledovat hokejové utkání výběru Prahy proti švédskému IF Leksand ze Štvanického stadionu v Praze. Po dalších přímých přenosech z oblasti sportu se uskutečnil první přímý přenos ze zahraničí. V lednu 1956 tak diváci viděli zimní olympijské hry v Itálii. Rok 1955 byl také významný v tom, že se do provozu uvedl první autobus jakožto přenosový vůz, který umožnil televizním kamerám opustit studio a zprostředkovat tak reportáže z terénu. (Končelík, 2010, s. 157-163)

Pravidelné vysílání bylo odstartováno 25. února 1954, avšak ne každodenně. Vysílalo se nejprve dva až tři dny v týdnu, později čtyři, v roce 1958 bylo již vysílání každodenní. Vzájemnou výměnu pořadů tří studií na Moravě, v Ostravě a Bratislavě zprostředkovalo až retranslační spojení. Pražská rozhledna na Petříně byla první vysílací věží u nás.

Vzhledem k nulové dostupnosti střížen, jak je známe dnes, byla převážná většina původních pořadů vysílána živě. Značnou část výroby zprostředkovávala filmová technika. První aparát pořizující záznam (telerecording) byl sice použit již v roce 1958, ale až v roce 1966 je možné hovořit o převaze pořadů vysílaných ze záznamu oproti pořadům vysílaným živě. (Končelík, 2010, s. 159-160)

Televize byla až do konce 50. let organizačně součástí rozhlasu, kterému se však podřizovalo jen z hlediska programu. O přenosovou a studiovou techniku se staralo ministerstvo spojů. Z počátku pro práci v televizi nebyl nutný třídní původ ani členství v KSČ, a tak zde byla vynikající pracovní příležitost pro mladé lidi.

Takto benevolentní přístup utnula 50. léta. Výměnu pracovníků zajistila rozsáhlá čistka v roce 1958 a novou pracovní sílu tak schvalovaly stranické orgány, které si zde dosadily své prověřené lidi. (Končelík, 2010, s. 161-162)

Televizní hlasatelé vystupovali v televizi od samotného vzniku vysílání a jejich existence z obrazovek zmizela až v roce 2006. Za první hlasatelku Československé televize je považována *Jarmila Šusterová* a mezi její další kolegy patřili *Milena Vostřáková*, *Miloš Frýba* nebo *Saskia Burešová*. Na počátku působení přebírala ČST zpravodajství z rozhlasu, později ho začala tvořit sama a nejstarším vlastním zpravodajským pořadem jsou **Branky, body, vteřiny**, které se začaly vysílat na jaře roku 1956. Od roku 1958 se vysílají **Televizní noviny** hlášené *Kamilou Moučkovou* a *Jaroslavem Bouzem* a koncem roku 1959 se na obrazovkách objevil i první seriál, **Rodina Bláhova**. (Končelík, 2010 s. 162-163)

Vztahy televize s cenzurou nebyly vždy ideální, a proto v 60. letech vznikly spory, především kvůli publicistickým pořadům. Jeden z největších konfliktů způsobila reportáž *Otty Bednářové* z roku 1964 s názvem „Volba povolání“ z pořadu **Zvědavá kamera**. Reportáž znázorňovala příběh dívky, která kvůli nevhodnému třídnímu původu svých rodičů měla být vyloučena ze střední školy. První necenzurovaný živý diskusní pořad se nazýval **Telemosty**, kde dvacet pět účastníků debatovalo nad současnými tématy. Pořad bohužel netrval dlouho, kvůli přílišné otevřenosti této debaty, a byl ukončen. (Končelík, 2010, s. 163-164)

Kolem roku 1968 se vysílaly některé divácky velmi oblíbené pořady jako například diskusní cykly **Věc veřejná**, kterými provázel *Jiří Kantůrek*. Ve stejném roce byl poprvé odvysílán i nový diskusní pořad **Sondy**, opět s moderátorem Jiřím Kantůrkem. (Česká televize, online, cit. 2014-12-10)

5.2.1 Vývoj do roku 1989

Televize se během normalizace stala velmi oblíbenou a byla tak nejvlivnějším médiem, kterému se věnovala velká pozornost ze strany stranického a státního vedení. V rámci personálních čistek a programových změn, které zde proběhly, došlo v roce 1969 k dosazení Jana Zelenky do funkce ústředního ředitele televize a proběhlo mnoho dalších změn podle instrukcí ÚV KSČ. V té době se také začaly vysílat publicistické pořady jako například **A léta běží, vážení**, který byl normalizačním výkladem události z roku 1968. Dále své vysílání odstartoval měsíčník **Jizvy, jiskry, jistoty**, ve kterém se svými hosty diskutovala o národní kultuře, jejích kořenech a duchovních hodnotách národa moderátorka *Jiřina Jirásková*. (Končelík, 2010, s. 238-240; Česká televize, online, cit. 2014-12-11)

V rámci televize později vznikla Ústřední redakce armády, bezpečnosti a brannosti. Tato redakce měla také vliv na tvorbu hlavního večerního zpravodajského bloku **Televizní noviny**. Z důvodu výrazných personálních čistek postrádala televize kvalifikované a profesionální zaměstnance, což se projevilo v kvalitativním propadu vysílání a nejvíce tím utrpělo zejména politické zpravodajství, publicistika, dokumentaristika a literárně dramatická tvorba. Přísné stranické kontrole podléhala zpravodajská a publicistická tvorba, což mělo eliminovat možnost výskytu nežádoucích osob a textů. (Končelík, 2010, s. 189-192, s. 238-240)

Vysílání druhého programu odstartovalo 10. 5. 1970. Vysílal zábavné, všeobecně vzdělávací a dokumentární pořady a měl být jakousi programovou alternativou k prvnímu programu.

Barevné vysílání bylo na druhém programu zahájeno 9. 5. 1973, avšak program odvysílal první barevný pořad až 9. 5. 1975. (Končelík, 2010, s. 189-192, s. 238-242)

V roce 1975 se na televizní obrazovce objevila první reality show s názvem **Zpívá celá rodina**, která se vysílala až do roku 1979. Pořad moderoval *Vladimír Dvořák* a soutěžící rodiny zde měly porotě předvést své pěvecké nadání. (Česká televize, online, cit. 2014-12-12)

V roce 1975 vznikl diskusní pořad **Vysílá studio Jezerka**. Hosty pořadu byli umělci, sportovci nebo hrdinové socialistické práce. V rámci pořadu byla odvysílána reportáž, která se divákům snažila přiblížit prostředí různých pracovišť. Moderátorem a zároveň tvůrcem pořadu byl *Jan Zelenka*. (Česko-slovenská filmová databáze, online, cit. 2014-11-20)

Přesto, že hlavním úkolem ČST bylo upevňovat socialistickou morálku, se televizním tvůrcům podařilo vytvořit hodnotné pořady a filmy, za které získaly mezinárodní festivalová ocenění. Mezi nejznámější patří například **Zlatí úhoři**, **Lístek do památníku** nebo **Tažní ptáci** s *Vladimírem Menšíkem*. (Končelík, 2010, s. 241-242) Vladimír Menšík také moderoval v roce 1980 spolu se *Zdenou Vařechovou* pořad **Křeslo pro hosta**, kam si zvaly hosty, kterým následně publikum pokládalo otázky. (Česko-slovenská filmová databáze, online, cit. 2014-12-10)

5.2.2 Vývoj po roce 1989

Změny se udály ve všech odvětvích života, proto se jim nevyhnula ani média. Mezi ty největší patří bezesporu zrušení cenzury, odstátnění médií a postupný vznik nových, soukromých médií. V roce 1991 se začaly udělovat licence soukromým subjektům a vznikl tak duální systém. Tohoto roku se uskutečnil pokus o vznik soukromé televizní stanice (Nezávislá televize NTV), který ovšem nebyl úspěšný. V listopadu 1992 obdržela provozní licenci první soukromá stanice Premiéra. S koncem roku 1992 zanikla Československá televize a 1. 1. 1993 vznikla Česká televize se vznikem České republiky. (Končelík, 2010 s. 261) Česká televize začala ihned po vzniku vysílat vlastní zpravodajství, a to na ČTV, na které se stala provozovatelem vysílání, stejně jako na programu OK 3. Vytvořila si také programovou koncepci a organizační strukturu, která vznikla ještě pod záštitou Československé televize. (Česká televize, online, cit. 2014-12-15)

Se vznikem nové koncepce programů došlo k přejmenování programů České televize, a to na ČT1 (dříve ČTV), ČT2 (dříve F 1) a ČT3 (dříve OK 3). Svě vysílání započala také televize Premiéra, a to 20. 6. 1993, později byla přejmenována na TV Prima. Česká televize dále uvolnila jednu ze svých celoplošných licencí, kterou tak následně získala TV Nova a v únoru 1994 spustila své vysílání.

České televizi tak zůstávají dva okruhy ČT1 a ČT2. Nova byla první celostátní soukromou televizí, která vysílá nejen u nás, ale v celé původně komunistické Evropě. Rychle nabrala na úspěšnosti a během prvního roku se stala nejúspěšnějším médiem u nás s velkým vlivem na celou mediální scénu. (Končelík, 2010, s. 261; Česká televize, online, cit. 2014-12-16)

Rok 1989 byl zlomový po všech stránkách, proto se situace postupně měnila i v médiích. Prostor byl uvolněn nově vznikajícím pořadům různých témat, na obrazovkách se začali objevovat noví moderátoři a kreativita tvůrců se tak mohla svobodně rozvíjet. Zájem stoupl po informacích z oblasti běžného života, což se projevilo i ve vysílání.

Proto vznikl nový pořad České televize **Co týden dal**, který věnoval prostor všem, kteří měli něco na srdci a nebáli se to říci veřejně. Jednalo se o první nezávislý diskusní pořad po roce 1989, který moderoval *Ota Černý* a *Jozef Hübel*, a otevřel tak dveře diskusím všeho druhu. Pořad později moderoval Ota Černý se *Zuzanou Bubílkovou*. (Česká televize, online, cit. 2014-12-17)

TV Nova začala hned na počátku svého vzniku, tedy v roce 1994, vysílat investigativní pořad **Na vlastní oči**, který moderoval *Radek John* a *Josef Klíma*. Jednalo se o zcela nový projekt, který měl pomoci konkrétním občanům s řešením jejich složitých situací, do kterých se dostali vinou úřadů nebo třetích osob. Začalo se tak rozvíjet i povědomí o právních systémech a dění ve světě, o kterém se doposud příliš nemluvalo. (Česko-slovenská filmová databáze, online, cit. 2015-01-05)

Rok 1994 přinesl do TV Nova také pořad s názvem **Snídaně s Novou**, který se vysílá od tohoto roku až do současnosti každý všední den od 5:59 do 9:00. V minulosti začínalo vysílání v 5:00. Účelem tohoto pořadu je navodit příjemné ranní vstávání, které diváka navíc obohatí o užitečné informace. Náplní pořadu jsou diskuse na různá témata s hosty, ranní zpravodajství, soutěže pro děti i dospělé, hudební videoklipy a mnoho dalšího. V tomto pořadu se vystřídal velké množství moderátorů, mezi které patří například *Slávek Boura*, *Markéta Mayerová*, *Pavel Svoboda*, *Aleš Cibulka*, *Adéla* a *Dalibor Gondíkoví*, *Stanislav Berkovec*, *Lucie Výborná* a mnoho dalších. (Česko-slovenská filmová databáze, online, cit. 2015-01-06)

Další zcela nový pořad s názvem **Tabu** na televizi Nova odstartoval své vysílání v roce 1994. Jednalo se o velmi kontroverzní pořad, mezi jehož náměty patřilo násilí, homosexualita, kriminalita, fetišismus a další témata, o kterých se doposud nemluvilo veřejně. Proto měl tento pořad obrovskou sledovanost, jelikož to pro diváka bylo něco, co zde doposud nebylo. Moderátor pořadu *Roman Šmucler* zde otevřeně diskutoval s hosty o tématech, která se tímto stala veřejnými a přestala být „tabu“. Obdobný pořad diváci mohli zaregistrovat na stejném televizním kanálu od roku 1997, kdy se začalo vysílat **Áčko** s moderátory *Pavlinou Wolfovou*, *Šárkou Kubelkovou-Volemanovou*, *Janem Musilem* nebo například s *Martinem Veselovským*. Jejimi hosty byli lidé, kteří si prošli různými životními tragédiemi, byli drogově závislí, bez domova, trpící nějakou fobií či nemocí. (Česko-slovenská filmová databáze, online, cit. 2015-01-07; Česko-slovenská filmová databáze, online, cit. 2015-01-08)

Rok 1999 přinesl na obrazovky ČT1 novou a později velmi oblíbenou talk-show **Na plovárně** s moderátorem *Markem Ebenem*. Jednalo se o klidný, příjemný pořad se zajímavými hosty z celého světa. Název pořadu pochází z původního místa natáčení (občanská plovárna), které bylo později změněno na příjemné prostředí klubu Avion. (Česká televize, online, cit. 2015-01-08)

Na TV Nova se poprvé v roce 2001 objevil pořad **Rady ptáka Loskutáka**, který byl od samého začátku naprostou jedničkou mezi divácky oblíbenými pořady pro kutily. Pořadem navíc provází zábavná sourozenecká moderátorská dvojice *Adéla* a *Dalibor Gondíkovi*, kteří pořad okoření svou příjemnou dávkou humoru. Mezi reportéry pořadu patří například *Stanislav Berkovec*, *Pavel Svoboda* nebo kulinář *Ivan Vodochotský*. (TV NOVA, online, cit. 2015-01-10)

Od roku 2004 mohou diváci sledovat na České televizi diskusní publicistický pořad **Otázky Václava Moravce**, vysílaný živě každou neděli v poledne. Moderátor pořadu *Václav Moravec* zde vede debatu na aktuální témata. Pořad je rozdělen na dvě části, první část pořadu se vysílá na programech ČT1 a ČT24, zatímco druhá část pokračuje jen na kanálu ČT24. (Česko-slovenská filmová databáze, online, cit. 2015-01-10)

6 NOVÉ MOŽNOSTI, PRVKY

„Termínem „nová elektronická média“ se rozumí soubor inovací soustředěných kolem systému, jehož podstatou je vizuální zobrazovací jednotka (televizní obrazovka) spojená s počítačovou sítí. To, o čem se někdy od sedmdesátých let tohoto století mluví jako o „nových médiích“, je ve skutečnosti soubor nejrůznějších elektronických technologií s nejrozličnějším užitím, jež byla všeobecně pojímána jako masová média, popřípadě vůbec chyběla jasná definice jejich funkce.“ (McQuail, 1999, s. 41)

Celosvětovou počítačovou sítí je možné pojmenovat jedním slovem **internet**. Tak se mu ale začalo říkat až v 90. letech. Samotný původ a prvotní rozvoj má však v letech 70., kdy v roce 1969 vzniká první síť s názvem ARPANET, která propojuje počítače čtyř amerických univerzit, především kvůli e-mailové komunikaci. O čtyři roky později se připojují i další instituce mimo Ameriku. Služba WWW (World Wide Web) se přidává v roce 1991, kdy se internet rozšiřuje postupně po celém světě. Československo se k internetu připojilo v únoru roku 1992. (Cz.nic, online, cit. 2015-01-10)

S příchodem internetu přišlo i velké množství nových způsobů moderování a dalších doprovodných prvků, které práci všem velice usnadnili. Internet dokázal rozšířit obzory a je zdrojem veškerých informací. Velkým pozitivem je rychlost přenosu těchto informací, což ocenili i moderátoři v praxi. Informace ke své profesi museli získávat z různých archivů, knih nebo rad a znalostí kolegů. S internetem se tato příprava výrazně zjednodušila a čas, který byl přípravě věnován, byl zkrácen. Ke svému výkonu potřebují velké množství informací o situaci nebo události, kterou mají moderovat, nebo o dané osobě, se kterou se uskuteční rozhovor. Před vznikem internetu se zprávy přenášely rozhlasem, televizí a tiskem. Avšak až díky internetu je možné informovat svět o aktuálním dění odkudkoliv na planetě ve stejný okamžik, kdy se daná situace odehrává.

Mezi relativně nové projekty, fungující díky internetu, patří internetové televize a rozhlas, které si oblibu získaly především v posledních letech. Jejich provoz je levnější než je tomu u té klasické formy, je dobře dostupný všem a v případě internetových televizí je vysílané pořady možné sledovat opakovaně. Epizody jsou ukládány na webové stránky, což platí i v případě klasických televizí.

Často je také používán například kanál YouTube, kde mohou diváci na daný díl i reagovat a sdílet své názory, díky čemuž mají tvůrci pořadu i moderátoři téměř okamžitou zpětnou vazbu na svou práci.

Internet byl obrovský přínosem pro práci moderátora také z hlediska komunikace s posluchači a diváky. Mohou komunikovat například prostřednictvím otázek kladených na stránkách sociálních sítí, skrz SMS bránu, e-mail či dokonce osobní profily moderátorů. Posluchači tak mají pocit, že se podílí na vzniku samotného vysílání a cítí se být zapojeni. Další velkou výhodou je okamžitá možnost zjištění, kolik posluchačů dané rádio v určitou chvíli poslouchá, a je tak mnohem jednodušší vyhodnotit nejposlouchanější čas i nejoblíbenějšího moderátora. V případě internetových televizí lze také snadno zjistit počet zhlédnutí určitého pořadu.

Co to jsou tedy sociální sítě? Jedná se o propojené skupiny lidí ve virtuálním prostředí. Svou popularitu si získaly teprve před pár lety, ale jejich význam je velký. Podstatou sociálních sítí je sdílení jakéhokoliv obsahu s přáteli, tedy s lidmi, se kterými jste prostřednictvím sociálních sítí v kontaktu. Sdílet je možné fotografie, videa, hudbu, své názory, pocity, myšlenky a mnoho dalšího. Kromě sdílení je možné na sociálních sítích hrát různé hry, nakupovat, testovat své vlastnosti pomocí kvízů, komunikovat se svými starými přáteli, hledat pracovní příležitosti a mnoho dalšího.

Nejznámější a nejvyužívanější sociální sítí je **Facebook**. Tento fenomén založil v roce 2004 Mark Zuckerberg za účelem snazší komunikace mezi studenty harvardské univerzity. Původně byl tedy Facebook určen výhradně americkým studentům, později ho začali využívat i studenti mimo Ameriku a následně se rozšířil po celém světě. V současné době je na Facebooku 71 % dospělých uživatelů internetu, což dokazuje, že dosah Facebooku není pouze mezi mladistvými, ale velmi dobře zasahuje a ovlivňuje i starší generace.

Na podobných principech fungují i další sociální sítě a internetové programy jako například Twitter a Instagram. V neposlední řadě je nutné zmínit internetový kanál YouTube. Zde je možné nahrávat, přehrávat a sdílet videa všeho druhu. Toho využívají především televize, které sem nahrávají různé úryvky či dokonce celé pořady a mohou tak reálně vidět počet zhlédnutí a analyzovat dosah tohoto videa. Registrovaní uživatelé mohou bezprostředně reagovat na dané video a ohodnotit ho. Oproti tomu neregistrovaní si mohou video pouze přehrát.

Služby internetu nevyužívají jen internetová média, ale v posledních letech i všechna ostatní. Svou popularitu prostřednictvím internetových webových stránek a také profilů na sociálních sítích zvyšují téměř veškeré televizní i rádiové pořady. Například profil Ranní show Evropy 2 nalezneme nejenom na Facebooku, ale také na Instagramu (sociální síť určená ke sdílení fotografií se vzkazem), kam dvě hlavní moderátorské hvězdy Leoš Mareš a Patrik Hezucký přidávají nejnovější fotky, videa a informace všeho druhu jak z pracovního, tak i z osobního života. Jejich fanoušci jsou neustále ve středu dění, jsou informováni o novinkách a představuje to určitý druh zábavy, který však funguje jako masová manipulace davem.

6.1 Digitalizace

Televizní a rozhlasové vysílání, ve své analogové podobě, bylo technicky i kapacitně velmi omezující, proto muselo docházet k jejímu postupnému omezování a vyvíjení lepších technologií a systémů. Proto přišlo na řadu zemské digitální vysílání, které bylo ve světě již prověřené a mělo nahradit analogové vysílání v plném rozsahu. Přechod na digitální vysílání byl obrovským přínosem především pro televizní průmysl, jelikož dal možnost vzniku novým pořadům, pro které doposud nebyl prostor, a výrazně se zlepšila kvalita přenosu. To vede samozřejmě k nárůstu pracovních míst pro nové, začínající moderátory i celý natáčecí štáb. Podstata a fungování však není vůbec snadná. (Duspiva, 2004, s. 9-10)

„Digitální systém přenosu zjednodušeně znamená rozložení obrazu nebo zvuku do velkého počtu elementů, ke kterým je přiřazena určitá číselná hodnota. Přenášený signál se tak mění na řadu čísel, která jsou transportována. Číslicový signál lze přenášet mnohem spolehlivěji (bez zkreslení a se zvýšenou odolností proti rušení) a s možností přenášet signály kmitočtově úsporněji (s menšími nároky na šířku kanálu). Pro tento úsporný provoz je nezbytná komprese (tj. vypuštění nadbytečných částí signálu), kterou nelze udělat jinak než výpočetním systémem. Digitální přenos přináší značné zvýšení komfortu obsluhy.

Přenášený digitální signál putuje k přijímači. V dekodéru přijímače, tzv. set top boxu, jsou pak jednotlivá čísla převáděna opět do příslušných prvků zvuků a obrazů. Dekodér může být proveden jako doplňkový prvek připojený ke stávajícím televizorům nebo bude zabudován do nových televizních přístrojů.“ (Duspiva, 2004, s. 10)

Dekódování signálu tedy dává možnost vzniku zvuků a obrazů, které my následně slyšíme v rozhlase, nebo vidíme v televizi. Zmiňovaný set top box byl však nezbytnou součástí, kterou si každý při přechodu na digitální přenos musel pořídit. Bez něho sledování televize dále nebylo možné.

„Digitální vysílání je realizováno v systému digitálních multiplexů, které jsou tvořeny komplexním datovým tokem obsahujícím jednotlivé televizní a rozhlasové programy spolu s doplňkovými datovými telekomunikačními službami. Kapacita digitálních multiplexů (datových toků) umožní tak kromě televizních programů zařadit množství doplňkových datových služeb – například:

- *rozhlasové (akustické) služby*
- *interaktivní televizní služby*
- *on-line televizní kanály (trvale propojené zvláštní televizní kanály)*
- *dálkové vzdělávání*
- *datové služby jednosměrné i interaktivní, internet*
- *teletext se zdokonalenou grafikou a větší kapacitou*
- *datový karusel*
- *home-banking (peněžní operace z domácnosti)*
- *hry*
- *ostatní služby on demand (na vyžádání), archivy apod.“ (Duspiva, 2004, s. 10-11)*

Z výše zmíněných informací je tedy jasné, že digitalizace otevřela dveře velké spoustě nových funkcí, virtuálních technologií, interaktivních prvků, které jsme do této doby využívat nemohli, některé dokonce možná ani neznali. Tyto virtuální prvky vylepšily celkovou prezentaci zejména u sportovních přenosů, a to díky vkládání grafických pomůcek, značek, označování vzdáleností fotbalových střelců a jiných graficky výrazných prvků, bez kterých by se dnešní sportovní moderátoři a komentátoři už jen těžko obešli. Nezpochybnitelným faktem tedy zůstává, že digitalizace měla přínos především pro televizi. V případě rozhlasu už tento pokrok nebyl tak markantní. (Duspiva, 2004, s. 11)

Až 4 televizní kanály a další služby mohou být vysílány v rámci jednoho multiplexu. Což znamená, že pro zavedení **DVB-T** (Digital Video Broadcasting – Terrestrial) bylo potřeba minimálně dvou celoplošných multiplexů. Toto zemské digitální vysílání je systém přenosu televizního signálu a zároveň náhrada za analogové vysílání. Tentýž systém určený naopak pro rozhlas se nazývá **T-DAB** (Digital Audio Broadcasting). Dále existují systémy **DVB-S**, což je digitální satelitní televize a **DVB-C** neboli digitální kabelová televize. (Duspiva, 2004, s. 11-13)

V poslední době přichází novinka v oblasti digitalizace a sice **DVB-T2**. Jedná se o nástupnický standard digitálního televizního vysílání, které vychází z původního DVB-T. Rozdíly oproti analogovému vysílání zůstávají zachovány, televizní kanály se sdružují do multiplexů, avšak oproti původnímu digitálnímu systému zde nastalo mnoho změn.

Hlavními přínosy jsou až 5x podrobnější informace, vyšší zabezpečení přenosu, čistější obraz, realističtější barvy a jejich přechody a vyšší datový tok umožňující přenos **HDTV**. V České republice se uskutečnilo první testování tohoto systému již v roce 2010 z žižkovského vysílače v Praze. Nejnovější testování proběhlo dne 3. března 2015, kdy bylo zkoušeno vysílání v Ultra HDTV kvalitě. (České radiokomunikace, online, cit. 2015-03-04)

6.2 Výhody a nevýhody digitalizace

Jedním z největších přínosů je možnost technologického posunu kupředu a zvýšení kvality i kvantity rozsahu dosavadního televizního i rozhlasového vysílání. Bonusovými možnostmi jsou multimediální aplikace z okruhů zábavy, kultury a vzdělávání, které jsou navíc interaktivní. Podmínky pro zavedení zemské digitální televize měla Česká republika příznivé, jelikož pokrytí domácností kabelovou televizí nedosahovalo v prvních pár letech po roce 2000 ani čtvrtiny. A také proto, že družicová televize nedává možnost příjmu mobilním a přenosným přijímačům. Pro porovnání, v Německu byla situace přesně opačná. (Duspiva, 2004, s. 13)

„Nezanedbatelnou výhodou je možnost vysoce kvalitního příjmu i za pohybu a to i při rychlostech přes 200 km/hod, což systémy analogové TV, systémy digitální kabelové televize (DVB-S) neumožňují vůbec. S mobilním příjmem se počítá například v rychlovlacích, příměstské dopravě či autokarech a kromě TV programů se samozřejmě počítá hlavně s přenosem dat pro zprostředkování důležitých informací.“ (Duspiva, 2004, s. 13)

Výrazně se tak zlepšila celková dostupnost a v dnešní době téměř nepřetržitého používání chytrých mobilních telefonů je tato funkce nepostradatelná. Zvýšila se tak i rychlost přenosu informací a jeho šíření. To následně vede k celkovému zvýšení životní úrovně i vzdělání společnosti. Jelikož je kvůli zavedení těchto novinek potřeba naprostá inovace vysílacích sítí, rozhlasových a televizních přijímačů a jiného technického zázemí, bylo potřeba i mnoho nových schopných lidí, tudíž další nárůst pracovního uplatnění nejen pro moderátory, ale i podnikatele z oblastí elektrotechnického průmyslu a obchodu. V neposlední řadě je nutno zmínit pozitivní ekologický benefit digitálního vysílání, protože tento vysílač spotřebuje pouze desetinu elektrické energie oproti analogovým vysílačům. (Duspiva, 2004, s. 13)

Mezi nejviditelnější nevýhody patří samozřejmě prvotní náklady spojené s přechodem k digitalizaci, protože bylo nutné zakoupit již zmiňovaný set top box, jehož cena však stále klesá a v některých zemích byl dokonce dotován státem, nebo byla možnost zakoupení zcela nových přijímačů jak televizních, tak rozhlasových, které již byly pro nový provoz připraveny. Další nevýhodou a rizikem pro celý systém je náročnost souběhu v rámci přechodného stavu.

Aby bylo digitální vysílání úspěšné, musí být co nejlepší plošné pokrytí signálem a co možná největší počet příjemců. Doba přechodu, kdy v určité chvíli běželo současně analogové i digitální vysílání, byla pro provozovatele náročnější, protože i jejich náklady na provoz byly dvojnásobné. Toto dvojitě vysílání však netrvalo dlouho. Závěrem je tedy jasné, že množství výhod značně převyšuje množství nevýhod a pro televizní vysílání je jednoznačným přínosem. (Duspiva, 2004, s. 12)

6.3 Moderní vysílání

Virtuální 3D studio je jednou z nejnovějších technologií využívaných v médiích. Hlavními důvody jejich užívání je výrazně lepší grafika, která diváka upoutá, a umožňuje jinak těžko dostupné efekty. Virtuální studia mají velké využití, a to z důvodu poměrně snadné výměny virtuálního pozadí, které utváří atmosféru pořadu. Proto je možné v jednom studiu vysílat velké množství pořadů. K provozu takového studia je nutné dobré nasvícení klíčovacího pozadí, příslušná grafika a schopný tým tvůrců. Nejznámější využití těchto studií je bezesporu v případě zpravodajství o počasí. Hlasatelé názorně ukazují na virtuální mapě, jaké počasí nás čeká, což slouží divákům k mnohem lepší představitosti. Možností virtuálních studií se v současnosti využívá například v pořadech *Hyde Park* nebo *Otázky Václava Moravce*. Díky těmto technologiím je výrazně usnadněna práce moderátorů, kteří tímto získávají mnoho nových možností v jejich projevu, zaujmutí diváka a celkově v moderování. Také je tím umožněna lepší komunikace s diváky, na obrazovkách se zobrazují například dotazy diváku ze sociálních sítí, různé anketní otázky a velké využití mají i v dobách volebního období, kdy kvůli lepší srozumitelnosti jsou znázorňovány různé grafy či tabulky. (Buriánek, online, cit. 2015-02-20)

Hybridní televize **HbbTV** (Hybrid Broadcast Broadband) je inovací z hlediska techniky pro běžné uživatele. Jsou to televize kombinující televizní vysílání s internetovým připojením. Tyto přijímače zaručí využívání veškerých interaktivních služeb. Majitelé těchto televizí mohou využívat služeb jako je teletext, aplikaci TV program, iVysílání, díky kterému má divák přístup k databázi videí uveřejněných na webu ČT, pro nejmenší diváky je aplikace AbéceDěčko a několik dalších. (Česká televize, online, cit. 2015-02-03)

Pojem **klíčovací pozadí** se vztahuje k předchozímu virtuálnímu studiu a nazývá se také **greenscreen** neboli zelené pozadí. Jedná se o speciální techniku, kde jsou zapotřebí dvě obrazové vrstvy k vytvoření finálového obrazu. Díky klíčovacímu pozadí se může za moderátorem nebo hercem vytvořit jakékoliv prostředí je potřeba. V minulosti se jednalo o **bluescreen**, v překladu modré pozadí. Tyto dvě barvy, tedy zelená a modrá, jsou v klíčovacím pozadí užity záměrně. Je to z důvodu co největšího kontrastu s barvou pleti a nejlepšího možného barevného odlišení od ostatních předmětů.

Interaktivita ve vysílání je také relativně novým prvkem v současných médiích. Jedná se v podstatě o začlenění diváků do průběhu vysílání daného pořadu, kdy je stanoveno určité téma, a diváci mají možnost prostřednictvím různých služeb, jako jsou telefony, sociální sítě, aplikace Skype či pomocí webových stránek, posílat a volat své dotazy určené hostovi pořadu. Opět ji můžeme pozorovat v pořadech *Vedlejší efekty* nebo *Hyde park*. V interaktivním vysílání je prostor věnován divákům, kteří jsou zvědaví, mají zájem podílet se na vzniku těchto pořadů a stávají se tak částečně jejich tvůrci. (Česká televize, online, cit. 2015-02-10)

PRAKTICKÁ ČÁST

7 STANOVENÍ HYPOTÉZ

V teoretické části bylo objasněno téma moderování ze všech možných a dostupných úhlů, včetně historie rozhlasu a televize, a také bylo nastíněno téma digitalizace a moderního světa internetu s využitím nových prvků, které se v současné době ve vysílání a v technických podporách vysílání objevují.

Samotný průzkum je prováděn na základě kvalitativního dotazníkového šetření, v rámci kterého autorka oslovila čtyři odborníky z prostředí rozhlasu a televize, aby jí přispěli svými zkušenostmi z praxe, ale i osobními názory na danou problematiku. Aby bylo docíleno vyváženosti respondentů, dotazováni byli dva odborníci z rozhlasového a dva z televizního prostředí. Přičemž programový ředitel a moderátor rádia Kiss Jižní Čechy pan Roman Anděl je zástupcem za klasický rozhlas a programová manažerka Seejay rádia paní Michaela Jadrná, DiS., působící v oblasti internetového a digitálního rádia, zastupuje rozhlas z pohledu nových médií. Stejně tak je tomu i v případě televize, kdy prvním respondentem je paní PhDr. Soňa Štroblová, která roky působila v prostředí klasické televize, a jako druhý se na dané téma vyjádřil zakladatel a ředitel internetové Písek TV, pan Dominik Kučera. Prostřednictvím poznatků získaných ze zmiňovaných dotazníků se autorka vynasnaží zhodnotit stanovené hypotézy.

Hypotéza č. 1: Klasická i nová média využívají ke komunikaci s posluchači / diváky častěji služeb prostřednictvím internetu než prostřednictvím tradičních možností, jakými jsou telefonní hovory, SMS brány či osobní dotazování.

Hypotéza č. 2: Úroveň a kvalita moderátorů veřejnoprávních médií je vyšší než moderátorů soukromých médií.

Hypotéza č. 3: Rozhlas i televize, ve své klasické podobě, budou v budoucnu nuceni přejít na internetovou formu vysílání.

Do praktické části dále autorka přispívá vlastními informacemi a poznatky, které získala při svém několikaměsíčním fungování na pozici moderátorky v internetovém rádiu Seejay, kde byla plnohodnotným členem moderátorského týmu. Vytvářela zde vlastní dopolední pořad s názvem „Brunch“, kde připravovala programovou skladbu celého pořadu, pořad moderovala i technicky odbavovala. Nahlédla i do fungování televize Relax, což ji umožnilo porovnání moderování v rozhlase a v televizi.

8 ANALÝZA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Hypotéza č. 1: Klasická i nová média využívají ke komunikaci s posluchači / diváky častěji služeb prostřednictvím internetu než prostřednictvím tradičních možností, jakými jsou telefonní hovory, SMS brány či osobní dotazování.

Komunikace je základním stavebním kamenem profese moderátora. Nejenom z hlediska jeho projevu, ale také ze strany příjemce sdělení. Na toto téma reagoval Roman Anděl, který uvedl, že komunikaci mezi moderátory a posluchači / diváky, výrazně ovlivnily sociální sítě, jmenovitě Facebook. Tento fakt potvrzuje i jeho další odpověď na otázku: *Prostřednictvím jakých služeb nejčastěji komunikujete s posluchači? Zároveň ale zmiňuje, že ani komunikace prostřednictvím telefonu ještě zdaleka není zapovězena. Jeho výpověď zní takto: „Co se týče textové komunikace, tak je na prvním místě Facebook a hned za ním e-mail. Jinak aktivně, hodinu co hodinu, využíváme komunikaci telefonickou. Málo které rádio je v tak úzkém telefonickém kontaktu s fanoušky.“* Velmi podobný názor zastává i Michaela Jadrná, DiS., která uvedla: *„Máme velmi silný rádiový profil na sociální síti Facebook, kde máme velkou základnu fanoušků. Je to pro nás tedy nejjednodušší způsob komunikace s nimi, dále potom používáme běžný telefon.“* Ke stejné otázce na téma nejčastější komunikace s recipienty se vyjádřil také Dominik Kučera, který uvedl: *„K tomuto jsou skvělé sociální sítě, které využíváme nepřetržitě, a dokonce nám diváci přispívají svými nápady a zasílají návrhy na reportáže, které by chtěli vidět. Pokud mají zájem, pak s nimi tvoříme i rozhovory, když se chtějí k určitému tématu vyjádřit a mají k němu co říct.“* PhDr. Soňa Štroblová se vyjádřila, že sociální sítě nemá v oblibě, ale v komunikaci s posluchači a diváky jsou potřebné. Dodala však, že záleží na místě vykonávání práce moderátora, jelikož v případě moderátora v rozhlase je komunikace prostřednictvím telefonu nejčastější.

Na základě odpovědí respondentů, kteří se ve třech případech shodli, že nejčastěji ke komunikaci s posluchači / diváky užívají sociální sítě, se hypotéza č. 1 potvrdila.

Sociální sítě v současné době zaujímají první místo v komunikaci s recipiency, nejčastěji se jedná o síť Facebook. Potvrzuje to i autorka na základě vlastních zkušeností z fungování v médiích, kdy komunikace nejčastěji probíhala v rámci anketních otázek uveřejněných na této síti. Skutečnost se potvrzuje i v případě televizních pořadů natáčených ve virtuálních studiích (viz podkapitola 6.3), kde otázky hostům kladou samotní diváci prostřednictvím Facebooku. Důvodem může být fakt, že síť Facebook aktivně užívá 71 % dospělých uživatelů internetu. Jeho dosah je tak velmi daleký. Pro srovnání autorka dodává, že v těsném závěsu za sociálními sítěmi jsou běžné telefonické hovory. Ty jsou užívány zejména rozhlasem pro dosažení maximální možné interaktivity v rozhlasovém vysílání. V případě televize užití telefonátů dnes již není tak časté, jako tomu bývalo v minulosti.

Hypotéza č. 2: Úroveň a kvalita moderátorů veřejnoprávních médií je vyšší než moderátorů soukromých médií.

V otázce týkající se kvality moderátorů potvrdila PhDr. Soňa Štroblová s tímto výrokiem souhlas. Odpověděla takto: *„V rozhlase velmi záleží na kvalitě hlasu a kvalitě českého jazyka. Zatímco na moderátora v televizi jsou jiné požadavky, vedle jeho projevu záleží i na tom, jak moderátor vypadá a v jakém médiu působí, protože stále platí, že na moderátory ve veřejnoprávních médiích se klade vyšší důraz na to, jak seriózně se člověk vyjadřuje a jak vypadá.*

Tím pádem souhlasím s tím, že ve veřejnoprávních televizích jsou kladeny vyšší nároky na kvalitu moderátorů než v soukromých sektorech. Postupem času se ty rozdíly trochu smazávají, protože veřejnoprávní televize se přibližuje televizi soukromé, ať už v obsahu či audiovizuálním sdělení. Ale obecně se domnívám, že kvalita moderátorů je obecně vyšší v rozhlase, protože v televizi se chyby snadněji odpustí, pokud moderátor dobře vypadá.“ Michaela Jadrná, DiS. i přes své současné působení v soukromém sektoru uvedla, že kvalitu moderátorů vidí dnes pouze ve veřejnoprávním sektoru a ani zde to již není stoprocentní. K moderátorům z veřejnoprávních televizí a rádií se z hlediska kvality přiklání ve svém názoru i Dominik Kučera, který dodává, že v dnešní době rozdíly v kvalitě moderátorů v porovnání se soukromými médii nejsou příliš velké.

Nižší kvalitu moderátorů působících v soukromých médiích potvrzuje i Roman Anděl, kdy ve své odpovědi z hlediska kvality hodnotí lépe moderátory komerčních stanic.

Na základě odpovědí respondentů, kteří se ve všech čtyřech případech shodli na vyšší kvalitě moderátorů veřejnoprávních médií, se hypotéza č. 2 potvrdila.

Autorka se ve stejné otázce ohledně kvality moderátorů přiklání na stranu většiny. Důvodem je zcela jistě viditelný fakt, že moderátoři z komerčních sektorů přistupují ke své práci více svědomitě a jejich projev je seriózní. Totéž se o moderátorech ze soukromých médií říci nedá. Mnohdy je vidět nepřipravenost a snaha o improvizaci, která se ne vždy vyplácí. Tento názor autorka předkládá na základě vlastních poznatků, jež získala při práci v soukromém rádiu. Moderátoři jsou si vědomi faktu, že mají jistou volnost z hlediska programové skladby vysílání. Neuvědomují si však, že to neznamená, že složení programu konkrétního pořadu nemusí být předem naplánované. Vysílání se poté odvíjí od náhodných myšlenek, které moderátor v danou chvíli má, což vede k naprosto zmatečnému vstupu, kdy si sám moderátor v průběhu svého monologu není jist, k jakému cíli se v závěru dostane. Takto nepřipravený verbální projev je velmi neprofesionální a moderátor tímto jednáním vědomě škodí nejen sobě, ale také samotnému médiu, ve kterém působí. Tento konkrétní případ autorka uvádí pro představu, kam až může volnější přístup k práci zajít.

Hypotéza č. 3: Rozhlas i televize, ve své klasické podobě, budou v budoucnu nuceni přejít na internetovou formu vysílání.

Naprostý souhlas k tématu budoucího přechodu rozhlasových a televizních stanic z tradičního vysílání na vysílání internetové vyjádřil Roman Anděl. Ve výpovědi zmiňuje, že klasická média za několik let nebudou schopna stíhat udržet krok s novými médii. Důvodem jsou jejich omezené možnosti v dalším vývoji a dle jeho slov jim v případě nepřizpůsobení se hrozí dokonce zánik. Zcela opačného názoru je PhDr. Soňa Štroblová, jejíž výpověď zní: *„To si vůbec nemyslím. Klasická média vůbec nepřejdou na internetové nebo digitální vysílání, protože stejně tak jako si myslím, že nikdy nezaniknou knihy a naopak se zpátky vrací záznamy na kazety a poslouchají se gramofonové desky, tak si myslím, že se to nikdy nestane.*

Asi nastoupí doba, která je trochu potlačí, protože je potřeba informace sdělovat stále rychleji, ale myslím si, že se klasická média nebudou současnému trendu nijak zvlášť přizpůsobovat, ale budou existovat společně s těmi novými.“ Nesouhlas na toto téma vyjádřil také Dominik Kučera, který uvádí, že si tato média spíše vytvoří svůj nový internetový rozměr vedle své klasické podoby, kterou si ponechají takovou, jako ji známe dnes. Michaela Jadrná, DiS. zmiňuje k tématu následující fakta: *„Všechny technologie se vyvíjejí a například digitální vysílání je také, přesně jak říkáte, současným trendem. Například v Norsku nebo ve Velké Británii si analogové vysílání již nenaladíte. Digitalizace rozhlasového vysílání u nás je stanovena na rok 2025, ale už teď většina velkých stanic na tento systém přechází. V DAB si v ČR kromě SeeJay Rádía naladíte už dalších 13 stanic. Ovšem v případě přechodu na internetové vysílání stejného názoru nejsem. Vzhledem ke stále se rozvíjejícím možnostem využití speciálních virtuálních studií a jiných zajímavých aplikací nepředpokládám, že by velké fungující televize měly potřebu přecházet na internetové vysílání.“*

Na základě odpovědí respondentů, kteří se ve třech případech shodli na nepravdivosti tvrzení o budoucím přechodu klasických médií na internetovou formu vysílání, se hypotéza č. 3 nepotvrdila.

Klasická média mají dnes obrovskou škálu možností ve vysílání, ke kterým není internetová forma vysílání nezbytná. Internet jako takový ale samozřejmě ano, dodává k tématu autorka práce. Zmínit je možné hned několik současných nejmodernějších prvků (viz kapitola 6.3), které jsou v oblasti moderování a vysílání žhavými novinkami. Moderátorům se otevírají další možnosti, jak zaujmout diváka, jak si přitáhnout jeho pozornost na svojí stranu, nebo jak zjednodušit složitá témata pomocí přehledných tabulek a grafů. Proto klasická média nemají potřebu přecházet na tuto formu vysílání, kterou v případě televizí využívají jen projekty menšího rozměru.

8.1 Další srovnání vyplývající z dotazníku

Pro bližší představu o výhodách a nevýhodách klasických a nových médií autorka dále uvádí jejich srovnání na základě odpovědí spolupracujících odborných respondentů a svých vlastních poznatků a informací, získaných v průběhu zpracování teoretické části práce a osobní praxe.

Výhody klasických médií vidí Roman Anděl v možnosti opřít se o tradice. Zmiňuje, že jsou uživatelé zvyklí na jednoduchost ovládání klasických médií a jediný stisk tlačítka jim umožní okamžitý poslech. S tímto názorem se ztotožňuje i PhDr. Soňa Štroblová, která navíc dodává, že každý člověk užívá klasických médií v každodenních situacích jako je například jízda autem. Dominik Kučera uvádí výhodu vysoké ceny materiálu zhotoveného klasickými médii, čímž nedochází k plýtvání financí na zbytečnostech. Důraz na kvalitu u tradičních médií vyzdvihuje ve své výpovědi Michaela Jadrná, DiS.

Autorka k tématu výhod klasických médií dodává, že největší benefit shledává, jak již bylo řečeno, v jejich běžném užívání, čímž se ztotožňuje s názorem Romana Anděla i PhDr. Soni Štroblové. Jsou každodenní situace, během kterých nám užívání klasických médií například krátí čas, zajišťuje aktuální informace nebo zastává zábavní složku. Je to například při ranním cestování do školy a práce. Zapnutí rádia v automobilu je jednoduché a všechny tyto požadavky splní. Často se jedná o natolik zautomatizovanou každodenní činnost, že si fakticky ani uživatel neuvědomuje, že první, co udělal po nastartování vozu, je zapnutí rádia nebo nalezení oblíbené stanice. V budoucnu bude možná užívání internetových médií také takto námi zautomatizováno, ale nějaký čas to jistě bude trvat. V případě televize je to obdobné. Není pravidlem, že by televizi zapínal pouze člověk, který by chtěl sledovat konkrétní pořad. Mnohdy televize v domácnosti slouží jako zvuková kulisa například při vaření, uklízení či dalších aktivitách.

Výhody nových médií je možné vidět v nekonečném růstu internetu, pokrytí stále lepším signálem či rychlejší zpětné vazbě, říká Roman Anděl, zatímco Michaela Jadrná, DiS. zmiňuje různorodost nabídky a vyšší kvalitu DAB a DVB projektů. V přínosu nových možností, které šetří čas, vidí pozitiva PhDr. Soňa Štroblová a dodává, že návaznost nových médií na klasická je jistou výhodou. V neposlední řadě

Dominik Kučera doplňuje již zmíněné výhody o jednoduchost natáčení, finanční dostupnost a také rychlost a flexibilitu editací.

Autorka se domnívá, že převážné většiny výhod nových médií využijí především dospívající a osoby středního věku, s podmínkou osobního zájmu v moderní technice a inovativních záležitostech. Pro mladé lidi se stala nová média naprostou součástí života. Každý den poslouchají hudbu prostřednictvím svých mobilních aplikací, užívají Facebook, Instagram a další aplikace všeho druhu. Každá novinka či inovace, která se v tomto směru objeví, je pro ně nová, zajímavá a mají v sobě potřebu vše nové vyzkoušet. Přesně opačný postoj zaujímají osoby staršího věku, což již bylo také několikrát zmíněno. Za hlavní benefit tedy považují možnost neustálého pohybu vpřed. Současná nová média nezůstávají ani chvíli stát na místě, musí neustále sledovat kroky konkurence a být v obraze, co se kde děje nového. Na základě veškerého dění a s ním vznikajícími novými potřebami pak reagují na poptávku nabídkou tak, aby uspokojily všechny své uživatele. Což je v dnešní, stále se zrychlující době, potřeba.

Naproti tomu **nevýhody klasických médií** komentuje Dominik Kučera slovy: *„V současném přehlceném světě informacemi všeho druhu už ta klasická média ztrácí dech, nedokážou přinést uživateli tolik informací jako média nová. Nedávají navíc možnost k diskuzi a tvorba obsahu je v klasických médiích finančně nákladnější.“* Michaela Jadrná, DiS. má na nevýhody klasických médií podobný názor, který obohacuje o informaci, že jejich síla bude postupně slábnout kvůli nezastavitelnému pokroku. Navíc dodává, že některá současná média se už nyní účastní přechodu na novou formu vysílání, kterou je myšlena digitalizace, avšak v opačném případě se již moderní digitální stanice ke klasickému frekvenčnímu vysílání nikdy nevrátí. Roman Anděl konstatuje na toto téma fakt, že klasická média bohužel nemají možnost dalšího šíření se. Je tomu tak proto, že kmitočty jsou téměř rozdané a tak jakákoliv snaha o zavedení nového rádia by automaticky rovnou vedla k neúspěchu. Proto FM vysílání nedokáže nabídnout více. Naopak žádné nevýhody klasických médií nevidí PhDr. Soňa Štroblová, která ve svých výpovědích uvádí, že jejich existence je nutná právě proto, že tvoří základ pro média nová.

Autorka v tomto případě plně souhlasí s názorem Romana Anděla, jelikož v případě rozhlasu je s nově vznikajícími rádii obrovský problém. Vzhledem k naprostému nedostatku prostoru jsou všechny dostupné frekvence obsazené.

Z profesního hlediska tak ani není možný vznik nových pracovních pozic pro nové a začínající moderátory, kteří každým rokem ve velkém počtu dokončují mediální vzdělání na univerzitách.

Na **nevýhody nových médií** má konkrétní názor Michaela Jadrná, DiS., říká, že: *„Velkou nevýhodou digitálu je neznalost a neinformovanost veřejnosti. Řada lidí doposud neví, že vůbec nějaké DAB vysílání existuje, a netuší, jak a kde ho naladit. A co se týče internetového vysílání, tak tam je podstatné mít internetové pokrytí, jakmile se dostanete někam mimo civilizaci, tak si naše rádio bohužel nepustíte.“* PhDr. Soňa Štroblová na toto téma vyjádřila názor, že velká nevýhoda nových médií je jejich téměř absolutní nedostupnost starším ročníkům, které dosáhly svého technického maxima v ovládnutí klasických televizí či rádií. Nejsou ochotni ani schopni se učit novému a složitějšímu ovládnutí a nová média jsou pro ně v tomto případě naprosto nevyužitelná. Ke stejnému názoru se přiklání i Roman Anděl, který v odpovědi uvedl: *„Jsme v České republice a přechod z FM pásma na digitál nebo na vysílání internetové bude obtížnější především pro posluchače starší cílové skupiny. My se neradi učíme novým věcem, bude ještě zajímavé sledovat tuto událost.“* Další nevýhodou je fakt, že aktuálně i přes vysoký počet uživatelů internetu se velká část populace obrací právě na televizi jako na zdroj informací a zábavy, uvádí Dominik Kučera. Také existuje stále velké množství osob, převážně ve starším věku, které důvěryhodný zdroj informací dále vyhledávají v podobě klasických tištěných novin.

Při pohledu na nevýhody nových médií autorka souhlasí s řadou názorů. Dodává však, že velký problém vidí v případě návykovosti. U mladých lidí se nová média stala velmi rychle součástí života. Návyk si malé děti mohou vytvořit i na sledování klasické televize, avšak v případě nových médií je toto riziko z důvodu propojení s internetem ještě mnohonásobně vyšší. Dalším problémem je částečná nekontrolovatelnost ze strany rodičů. Pokud rodiče vidí, že se jejich dítě dívá na pořad, který jim nepřijde vhodný, televizi jednoduše vypnou. Navíc se může dívat v televizi pouze na pořady, které jsou aktuálně vysílány. Pokud dítě řekne, že se jde dívat kupříkladu na svůj notebook na pohádku, kterou si pustí do sluchátek, aby nerušilo zbytek rodiny, rodič mu bude důvěřovat. Na co se dítě fakticky dívá už však tak snadno kontrolovatelné není. Navíc má díky různým internetovým televizním portálům přístup k pořadům všeho druhu se

všemi odvysílanými epizodami. Příkladem může být internetový portál televize Nova Voyo, jehož slogan ve znění „*Sledujte filmy, seriály a sport online*“ mluví za vše.

Významné **moderní prvky a metody**, které v posledních letech přišly do vysílání a moderování, jsou dalším bodem k porovnání dle názoru dotazovaných respondentů, kteří se následně vyjádřili, jaké z nich oni sami užívají. Roman Anděl na tuto otázku odpověděl, že podle jeho názoru je významným prvkem Facebook, který ovlivnil komunikaci s posluchači, a také potvrdil, že ho on sám výrazně užívá v praxi. Velmi podobného názoru je Michaela Jadrná, DiS., která navíc uvedla jako další významný prvek interaktivitu ve vysílání. Facebook i interaktivitu aktivně užívá. Dle názoru Dominika Kučery je významný proces digitalizace, užití greenscreenu a objev sociálních sítí. Neméně důležitým prvkem je dle slov PhDr. Soni Štroblové využití virtuálních studií, které přispěly ke snazšímu pochopení a objasnění složitých témat.

Na otázku ohledně **budoucnosti v moderování** reagovali všichni čtyři respondenti téměř totožně. Dle jejich názoru by v budoucnu měl být kladen větší důraz na výborné vyjadřovací schopnosti moderátorů, umění rétoriky a perfektní znalost českého jazyka.

Respondenti také poskytli názor na **budoucnost médií** obecně. PhDr. Soňa Štroblová říká, že nové možnosti se otevírají až s novou technikou, tudíž záleží pouze na inovacích v tomto sektoru. Nárůst významu digitálních rádií, televizí a vznik více elektronických časopisů a novin je budoucnost v očích Dominika Kučery, se kterým souhlasí také Michaela Jadrná, DiS. V neposlední řadě je zde náhled do budoucnosti médií dle názoru Romana Anděla. Jeho odpověď zní takto: „*Média rozhodně ještě nemají to nejlepší za sebou. Těším se na dobu, kdy vše pojede digitálně a konkurenční trh se ještě více rozšíří, což si myslím, že bude jeho cesta. Cesta ještě větší masovosti.*“

ZÁVĚR

Úvodní slova obsahují stanovené cíle této bakalářské práce, kterými jsou popis nových prvků a metod užívaných v moderování v rozhlasu a televizi a objasnění tématu moderování jako celku. Tyto cíle jsou na základě subjektivního názoru autorky splněné.

Cíl práce objasnit téma moderování jako celek je uskutečněn do velké míry v teoretické části. Úvodní kapitola o komunikaci dává jakýsi základ pro další rozšíření tohoto tématu, jelikož se jedná o jeho základní stavební jednotku. V následující kapitole stejnojmenného názvu tohoto cíle je navázáno popisem ideálních vlastností a podrobné přípravy moderátora v rozhlasu a v televizi. Moderování spolu s jeho okolními souvislostmi jsou dále definovány v kapitolách o řečnickém stylu a rétorice, historii rozhlasu a televize a nových prvcích, jejichž možnosti se otevřely převážně díky internetu. Ke splnění druhého cíle práce, tedy popisu nových prvků a metod, dochází především v již zmiňované závěrečné kapitole, která obsahuje souhrn informací o procesu digitalizace, vzniku a možnostech internetu a zcela nových prvcích a metodách, které jsou v současnosti trendem číslo jedna. Jedná se především o technické zázemí médií, díky kterému mají současné pořady mnoho nových možností jak zaujmout diváka. V popisu nových prvků pokračuje autorka v praktické části.

Praktická část práce je tvořena na základě kvalitativního dotazníkového šetření a osobních poznatků z moderátorské praxe. K vyhodnocení stanovených hypotéz autorka dochází pomocí srovnání odpovědí čtyř respondentů, které následně obohacuje a komentuje vlastním názorem. První hypotéza se týká služeb užívaných ke komunikaci s posluchači. Tato hypotéza potvrzuje častější užívání nových možností, nejvíce sociálních sítí, k této komunikaci než klasických způsobů, jakými jsou užití telefonu, SMS brán nebo osobního dotazování. Respondenti potvrzují jako nejčastější volbu pro komunikaci Facebook, ovšem hned za ním je často užíván tradiční telefonní hovor. Druhá hypotéza týkající se úrovně a kvality moderátorů veřejnoprávních médií ve srovnání s médii soukromými je respondenty opět potvrzena. Dle odpovědí jsou kvalitnější moderátoři ve veřejnoprávních sektorech, s čímž plně souhlasí i autorka práce. Třetí hypotéza na téma budoucího nutného přechodu klasických médií na novou, internetovou formu, se dle odpovědí nepotvrzuje.

Respondenti odpovídají, že jejich klasická forma zůstane zachována z důvodu neměnícího se užívání klasických médií v každodenních činnostech, jakými jsou například řízení automobilu nebo vaření za doprovodu televizních pořadů jako zvukové kulisy. Klasická média si tak uchovají svou současnou podobu, ke které bude navíc zřízen internetový provoz jako vedlejší možnost výběru. Praktická část dále obsahuje srovnání výhod a nevýhod klasických a nových médií, dále jmenování významných moderních metod a prvků a nastínění možné budoucnosti médií. Tímto také dochází k zužitkování všech otázek vyskytujících se v dotazníku.

V průběhu zpracování práce autorka nalézá zjištění, že na dané téma, jmenovitě konkrétní oblast moderování, není k dispozici dostačující množství odborných publikací, které toto téma dokážou komplexně objasnit. Vzhledem k oblíbenosti tohoto tématu mezi mladými lidmi doporučuje autorka problém v nejbližší době vyřešit. Současně konstatuje fakt, že informace ohledně nových technologií a prvků užívaných ve vysílání jsou k dispozici pouze na technicky orientovaných internetových stránkách. Autorka navrhuje zhotovení specializované publikace, která by byla zaměřená právě na nové trendy v médiích a v oblasti moderování, například od roku 2010.

Práce v kompletním součtu nabízí ucelený souhrn informací o moderování, práci moderátorů a historii rozhlasu a televize, který může být využit jako podklad pro studium obecných znalostí této tematiky či rozšíření obzorů v nových technologiích, které usnadňují práci moderátorů a zároveň ji utvářejí více kreativní. Dále práce nabízí názory odborníků na problematiku klasických a nových médií a také srovnání jednotlivých atributů spojených s moderováním. Autorka obohacuje téma o vlastní pohled na danou problematiku a doplňuje osobní poznatky, které nabízejí realistický pohled na věc očima začínající moderátorky a studentky mediální fakulty.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- ALLHOFF, D.W. a ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-802-4722-832.
- DUSPIVA, Z. a ALLHOFF, W. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*. 1. vyd. Praha: Votobia, 2004. ISBN 80-722-0169-7.
- KONČELÍK, J. *Dějiny českých médií 20. století*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8.
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3.vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-338-3.
- MIKULÁŠTÍK, M. a ALLHOFF, W. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2. vyd., Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.
- MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-86723-44-0.
- VERNER, P. *Historie mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2013. ISBN 978-80-7452-027-3.
- VERNER, P. a ALLHOFF W. *Propaganda a manipulace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. ISBN 978-807-4520-150.
- VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. 2 vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. ISBN 978-80-86723-88-4.
- ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-86723-57-0.

Seznam použitých internetových zdrojů

- BURIÁNEK, J. *Virtuální 3D studio NeuroTV*. © 2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.pixel.cz/1779-virtualni-3d-studio-neurotv>.
- CZ.NIC. *Jak na internet*. [online]. © 2014-2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Co je to HbbTV?* [online]. © 15. 1. 2015 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/hbbtv/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Co týden dal*. [online]. © 1996-2015 [cit. 2014-12-17]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10525257607-abeceda-ct/213452801300003/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Kalendárium: 1969* [online]. © 1996-2015 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/1968-1969/1969/kalendarium/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Kalendárium: 1968* [online]. © 1996-2015 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/1968-1969/1968/kalendarium/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Které okruhy pro ČT?* [online]. © 1996-2015 [cit. 2014-12-16]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/ktere-okruhy-pro-ct/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Na plovárně*. [online]. © 1996-2015 [cit. 2015-01-08]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093836883-na-plovarne/6283-o-poradu/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *O vzniku a historii pořadu*. [online]. © 1996-2015 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/specially/hydepark/o-poradu/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Vznik a první kroky*. [online]. © 1996-2015 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/vznik-a-prvni-kroky/>.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Zpívá celá rodina už zná své novodobé vítěze*. [online]. © 18. 4. 2013 [cit. 2014-12-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/zpravodajstvi-brno/novinky-ze-studia/223180-zpiva-cela-rodina-uz-zna-sve-novodobe-viteze/>.
- ČESKÉ RADIOKOMUNIKACE. *DVB-T2*. [online]. © 2015 [cit. 2015-03-04]. Dostupné z: <http://www.radiokomunikace.cz/tv-a-rozhlasove-vysilani/televizni-vysilani/dvb-t2/uvod.html>.
- ČESKO-SLOVENSKÁ FILMOVÁ DATABÁZE. *Áčko*. [online]. © 2001-2015 [cit. 2015-01-08]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/252156-acko/>.
- ČESKO-SLOVENSKÁ FILMOVÁ DATABÁZE. *Křeslo pro hosta*. [online]. © 2001-2015 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/251166-kreslo-pro-hosta/>.

ČESKO-SLOVENSKÁ FILMOVÁ DATABÁZE. *Na vlastní oči*. [online]. © 2001-2015 [cit. 2015-01-05]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/252585-na-vlastni-oci/>.

ČESKO-SLOVENSKÁ FILMOVÁ DATABÁZE. *Otázky Václava Moravce*. [online]. © 2001-2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/251091-otazky-vaclava-moravce/>.

ČESKO-SLOVENSKÁ FILMOVÁ DATABÁZE. *Snídaně s Novou*. [online]. © 2001-2015 [cit. 2015-01-06]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/254124-snidane-s-novou/>.

ČESKO-SLOVENSKÁ FILMOVÁ DATABÁZE. *Tabu*. [online]. © 2001-2015 [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/250840-tabu/>.

ČESKO-SLOVENSKÁ FILMOVÁ DATABÁZE. *Vysílá studio Jezerka*. [online]. © 2001-2015 [cit. 2014-11-20]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/263637-vysila-studio-jezerka/>.

ČESKÝ ROZHLAS. *Co děláš, to dělej rád*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: http://www.pribehrozhlasu.cz/tenkrat-v-rozhlase/1985/1985_5.

ČESKÝ ROZHLAS. *Hovory z Lán (a občas odjinud)*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-12]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/slavne-porady/2765220>.

ČESKÝ ROZHLAS. *Chléb a hry*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: http://www.pribehrozhlasu.cz/tenkrat-v-rozhlase/1943/1943_3.

ČESKÝ ROZHLAS. *Otec rozhlasu vzpomíná na jeho začátky*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-08]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/lide-pred-mikrofonem/2812687>.

ČESKÝ ROZHLAS. *Prahou pochoduje Wehrmacht*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-09]. Dostupné z: http://www.pribehrozhlasu.cz/tenkrat-v-rozhlase/1939/1939_3.

ČESKÝ ROZHLAS. *První hlasatelky pražského Radiojournalu*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-07]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/lide-pred-mikrofonem/2803194>.

ČESKÝ ROZHLAS. *Rozhlas na internetu*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-14]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/digitalni-doba/2780378>.

ČESKÝ ROZHLAS. *Tobogán*. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-13]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/slavne-porady/2759030>.

MALETÍNSKÝ, V. *Televize a její historie*. [online]. [cit. 2014-12-14]. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>.

TN.CZ NOVA. *Rady ptáka Loskutáka*. [online]. © 2014 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://tncznova.cz/rady-ptaka-loskutaka>.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník: Roman Anděl	I
Příloha B – Dotazník: Michaela Jadrná, DiS.	IV
Příloha C – Dotazník: PhDr. Soňa Štroblová	VII
Příloha D – Dotazník: Dominik Kučera	X

Příloha A – Dotazník: Roman Anděl

1. V posledních letech se velmi výrazně rozvíjí trend nových (internetových, digitálních) médií. Je to podle Vás krok správným směrem?

Poslech FM rádií se přesouvá do jednoho jediného místa, do auta. FM rádio je v každém autě. Digitální přijímače se teprve probouzejí k životu. Poslech přes internet je schůdnější, datový signál je každým rokem lepší, ale ještě si musíme počkat. U televizí je to podobné, lidé vyhledávají vyšší kvalitu obrazu, jen sledovanost internetových televizí je stále nižší než sledovanost klasických, což se v budoucnu může změnit. Říkám tedy ano, je to krok směrem k lepší a kvalitnější budoucnosti.

2. Jaké benefity dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

Klasická média se opírají o benefity v konkrétní věci a tou je tradice. Lidé jsou naučení stisknout jediné tlačítko a ihned poslouchat rádio. Příjem FM je možný téměř po celém území naší republiky. Lidé vědí, co od daného média čekat. Pokud se tedy daná média nebudou razantně měnit, mohou očekávat věrnost svých fanoušků / posluchačů.

Nová média mohou naopak využít nekončícího růstu internetu. Pokrytí signálu je rok od roku lepší a chytří marketéři si již připravují půdu pro cílenou komunikaci svého média právě přes internet. Zde vidím ještě jeden skvělý benefit. Lepší zpětnou vazbu. Nejen IP adresy nám o našich posluchačích řeknou mnohem více než průzkumy realizované v ulicích či po telefonech.

3. Jaké nevýhody dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

Klasická média už se více šířit nemohou. Kmitočty jsou téměř rozdané a zavedení nové značky / nového rádia je téměř jistě určeno k neúspěchu. FM vysílání už nemůže více nabídnout. Jsme v České republice a přechod z FM pásma na digitál nebo na vysílání internetové bude obtížnější především pro posluchače starší cílové skupiny. My se neradi učíme novým věcem, bude ještě zajímavé sledovat tuto událost.

4. Jaké moderní prvky, metody nebo inovace, které do vysílání v posledních letech přišly, považujete za významné?

Když nad tím přemýšlím, napadá mne jeden prvek, který zásadně ovlivnil komunikaci s posluchači. Jsou to sociální sítě, a to zejména Facebook. Inovace, která konkrétně rádiu naopak neprospěla, je omezení síly signálu z důvodu rušení ostatních frekvencí. Toto se dotklo každé stanice v ČR. Dále to bude samozřejmě opět digitalizace a možnost interaktivního vysílání.

5. Které z těchto prvků využíváte v praxi?

V našem případě je to facebook a další sociální sítě, internet a mobilní rádiová aplikace.

6. Prostřednictvím jakých služeb (sociální sítě, internet, telefon, SMS...) nejčastěji komunikujete s posluchači / diváky?

Co se týče textové komunikace, tak je na prvním místě Facebook a hned za ním e-mail. Jinak aktivně, hodinu co hodinu, využíváme komunikaci telefonickou. Málo které rádio je v tak úzkém telefonickém kontaktu s fanoušky.

7. Myslíte si, že se budou klasická média muset postupem času podrobit současnému trendu a přejít také na internetové vysílání?

Zcela jistě ano. Jak už jsem již zmínil, klasická média za několik let, možná desítek let nebudou stíhat neustálý vývoj kupředu, protože jejich možnosti jsou omezené. Pokud budou chtít držet krok s dobou, nic jiného jim nezbude. Pokud ne, hrozí jim zánik.

8. Když zhodnotíte práci moderátorů, lze jednoznačně říci, v jakém typu vysílání nebo druhu média je práce jednodušší / náročnější a kvalitnější / méně kvalitní?

Nejjednodušší vysílání pro moderátora jsou tzv. písničky na přání. Moderátor řekne pouze název stanice, pozdraví posluchače a zeptá se, pro koho se bude hrát, což zvládne téměř každý. Těžší už jsou tzv. klasické vstupy, musí zaujmout během pár vteřin, jít rovnou k hlavnímu tématu, nezapomenout na ID / název stanice, nesmí být příliš dlouhý ani krátký a musí stejně dobře vstup ukončit. Nejvyšší metou jsou rozhovory. Zde se pozná pohotovost moderátora, slovní zásoba, všeobecný rozhled, a i proto ve vysílání slyšíme tak málo rubrik s hosty v živém vysílání (většina už je předtočena, aniž by to posluchač poznal). Paradoxně dnes jedny z nejposlouchanějších

stanic (Evropa 2, Hitrádia, Blaník) nepotřebují opravdové moderátory. Říci, jaká píseň hrála, jaká bude hrát a přečíst článek z internetu, to už není vysílání, to už není rádio... to už je jen ten byznys. Z toho tedy vyplývá, že se domnívám, že náročnější práci mají moderátoři v televizi, kde jsou rozhovory na denním pořádku. Z hlediska kvality moderátorů jsou na tom nejlépe komerční média, pro které je projev na prvním místě. Soukromá to lehce flákají.

9. Dokážete odhadnout, co bude v budoucnu v metodách moderování dále vylepšeno, nebo víte o něčem, co moderátorům v současnosti chybí?

V moderování bude kladen stále větší důraz na kvalitní přípravu a umění správného slova. V praxi osobně postrádám mladé moderátorské talenty s relativně dobrou češtinou a rétorikou, která jim chybí spolu s chutí odvádět opravdu kvalitní práci.

10. Jakým směrem se dle Vašeho názoru budou dále média ubírat? Lze ještě více zefektivnit jejich využití?

Média rozhodně ještě nemají to nejlepší za sebou. Těším se na dobu, kdy vše pojede digitálně a konkurenční trh se ještě více rozšíří, což si myslím, že bude jeho cesta. Cesta ještě větší masovosti.

Příloha B – Dotazník: Michaela Jadrná, DiS.

1. V posledních letech se velmi výrazně rozvíjí trend nových (internetových, digitálních) médií. Je to podle Vás krok správným směrem?

Možná to bude znít jako fráze, ale digitální vysílání je budoucnost. Takže jednoznačně ano. Za pár let všechny současné rádiové stanice budou muset přejít na digitální vysílání, přesně tak, jak tomu bylo s televizním vysíláním.

2. Jaké benefity dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

U klasických médií jde hlavně o důraz na kvalitu, kterou si tradiční média snaží udržet. V nových médiích vidím jako přínos různorodost nabídky a jednoznačně vyšší kvalitu DAB a DVB projektů.

3. Jaké nevýhody dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

Nevýhodou klasických médií je fakt, že díky pokroku bude postupně jejich síla slábnout. Protože mnoho současných tradičních médií přechází na novou formu. Ovšem ta média, která už novou podobu mají, se na tu starou již nikdy nevrátí.

Velkou nevýhodou digitálu je neznalost a neinformovanost veřejnosti. Řada lidí doposud neví, že vůbec nějaké DAB vysílání existuje a netuší, jak a kde ho naladit. A co se týče internetového vysílání, tak tam je podstatné mít internetové pokrytí, jakmile se dostanete někam mimo civilizaci, tak si naše rádio bohužel nepustíte.

4. Jaké moderní prvky, metody nebo inovace, které do vysílání v posledních letech přišly, považujete za významné?

Z mého pohledu je to interaktivita ve vysílání, tedy možnost okamžité komunikace s posluchačem / divákem, a sociální sítě.

5. Které z těchto prvků využíváte v praxi?

My se snažíme využívat obojího. Komunikace s posluchači je pro nás na prvním místě a užívám k tomu právě sociálních sítí a telefonických spojení. Ohledně další techniky, naši moderátoři pracují s velmi kvalitním vysílacím programem, mají digitální mixážní pult a naše technická vybavenost může hrdě konkurovat velkým rádiím i Českému Rozhlasu. Využíváme sociálních sítí a máme vlastní aplikaci pro mobilní telefony. Propojení internetu, mobilů a vysílání je tak mnohem jednodušší.

6. Prostřednictvím jakých služeb (sociální sítě, internet, telefon, SMS...) nejčastěji komunikujete s posluchači / diváky?

Máme velmi silný rádiový profil na sociální síti Facebook, kde máme velkou základnu fanoušků. Je to pro nás tedy nejjednodušší způsob komunikace s nimi, dále potom používáme běžný telefon.

7. Myslíte si, že se budou klasická média muset postupem času podrobit současnému trendu a přejít také na internetové vysílání?

Všechny technologie se vyvíjejí a například digitální vysílání je také, přesně jak říkáte, současným trendem. Například v Norsku nebo ve Velké Británii si analogové vysílání již nenaladíte. Digitalizace rozhlasového vysílání u nás je stanovena na rok 2025, ale už teď většina velkých stanic na tento systém přechází. V DAB si v ČR kromě SeeJay Rádía naladíte už dalších 13 stanic. Ovšem v případě přechodu na internetové vysílání stejného názoru nejsem. Vzhledem ke stále se rozvíjejícím možnostem využití speciálních virtuálních studií a jiných zajímavých aplikací nepředpokládám, že by velké fungující televize měly potřebu přecházet na internetové vysílání.

8. Když zhodnotíte práci moderátorů, lze jednoznačně říci, v jakém typu vysílání nebo druhu média je práce jednodušší / náročnější a kvalitnější / méně kvalitní?

V tomto případě jsem ze staré školy. Přesto, že momentálně působím v internetovém a zároveň digitálním rádiu, tedy v soukromém sektoru, musím konstatovat, že kvalita moderátorů je dnes už jen ve veřejnoprávním sektoru, a to už také ne stoprocentně. V porovnání rozhlasu a TV nevidím nic, co by hrálo v prospěch jednoho, či druhého.

9. Dokážete odhadnout, co bude v budoucnu v metodách moderování dále vylepšeno, nebo víte o něčem, co moderátorům v současnosti chybí?

Já pevně doufám, že selepší jazyková vybavenost moderátorů, což u nich v současné době vidím jako největší nedostatek. Mladým lidem chybí rétorika, hlasová výchova a logopedie. Řada moderátorů má velké jazykové vady nebo neumějí s hlasem pracovat. Jejich projevu tak nebývá často rozumět, šumlují, využívají slovních vycpávek a dělají základní moderátorské chyby.

10. Jakým směrem se dle Vašeho názoru budou dále média ubírat? Lze ještě více zefektivnit jejich využití?

Já stále pevně věřím právě v onu digitální cestu médií. Když to jednoduše shrnu, je to finančně výhodnější, časově méně náročné a natolik multifunkční, že nevidím důvod, proč by tomu mělo být jinak.

Příloha C – Dotazník: PhDr. Soňa Štroblová

1. V posledních letech se velmi výrazně rozvíjí trend nových (internetových, digitálních) médií. Je to podle Vás krok správným směrem?

Domnívám se, že to je správný směr, který se nedá víceméně zastavit, protože technika a veškerý pokrok jdou dopředu, takže i kdybyste se chtěli tomu vyhnout, tak se nám to nepovede. Žijeme ve světě, který je internetový a digitální, a tudíž se to všichni musíme naučit používat. Existují způsoby, jak se tomuto pokroku vyhnout, ale pak se také vyhneme určitým zdrojům informací, které pro svůj aktivní život potřebujeme.

2. Jaké benefity dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

Benefity klasických médií jsou v tom, že každý z nás se dívá na televizi, každý, když jede autem, poslouchá rozhlas, tudíž od té klasiky nikdo neupouští, jsou to věci známé, na kterých se nemusí člověk nic nového učit.

Nová média rozšiřují možnosti klasických médií a mají na ně návaznost a využijí je především lidé, kteří mají rádi nové inovativní věci. Přináší nové možnosti, které nám mnohdy šetří čas, což je velké plus.

3. Jaké nevýhody dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

Já osobně nevidím žádné nevýhody v klasických médiích, protože tvoří základ pro nová média, tudíž jsou pro jejich existenci nutná.

Nová média mají jednu velkou nevýhodu, kterou je téměř absolutní nedostupnost starším ročníkům. Starší generace sotva ovládají klasickou televizi, ale nebyli by schopni zapnout počítač, najít si internetovou televizi a spustit ji. Tudíž jsou pro ně nová média téměř nevyužitelná.

4. Jaké moderní prvky, metody nebo inovace, které do vysílání v posledních letech přišly, považujete za významné?

Především to jsou virtuální studia, protože se informace dostanou k divákům ve větší míře a širším pojetí. Například při volbách, když se užívají virtuální studia, tak vše divák lépe pochopí díky názornému zobrazení.

5. Které z těchto prvků využíváte v praxi?

Já osobně nejsem moc pokroková, používám jen základní prvky na počítači, které umožňují psaní, ale se studenty v AV studiu se užívá různých nových technik jako například práce s greenscreeny či čtení ze čtecího zařízení.

6. Prostřednictvím jakých služeb (sociální sítě, internet, telefon, SMS...) nejčastěji komunikujete s posluchači / diváky?

Určitě záleží na prostředí, protože pokud pracujete například v rozhlasu, tak s posluchači nejvíce komunikujete napřímo, tedy pomocí telefonu. Sociální sítě osobně nemám ráda, protože příliš zasahují do života, ale pro komunikaci s posluchači a diváky jsou potřebné. Když je to možné, tak já preferuji komunikaci face to face, jejíž součástí je použití nonverbální komunikace, na základě které poznáte, co si ten člověk myslí.

7. Myslíte si, že se budou klasická média muset postupem času podrobit současnému trendu a přejít také na internetové vysílání?

To si vůbec nemyslím. Klasická média vůbec nepřejdou na internetové nebo digitální vysílání, protože stejně tak, jako si myslím, že nikdy nezaniknou knihy a naopak se zpátky vrací záznamy na kazety a poslouchají se gramofonové desky, tak si myslím, že se to nikdy nestane. Asi nastoupí doba, která je trochu potlačí, protože je potřeba informace sdělovat stále rychleji, ale myslím si, že se klasická média nebudou současnému trendu nijak zvlášť přizpůsobovat, ale budou existovat společně s těmi novými.

8. Když zhodnotíte práci moderátorů, lze jednoznačně říci, v jakém typu vysílání nebo druhu média je práce jednodušší / náročnější a kvalitnější / méně kvalitní?

Obecně si myslím, že práce moderátora je velmi náročná, takže nelze přesně říci, jestli je náročnější práce v rádiu, či v televizi, ale samozřejmě záleží na prostředí, ve kterém pracuje. V rozhlasu velmi záleží na kvalitě hlasu a kvalitě českého jazyka. Zatímco na moderátora v televizi jsou jiné požadavky, vedle jeho projevu záleží i na tom, jak moderátor vypadá a v jakém médiu působí, protože stále platí, že na moderátory ve veřejnoprávních médiích se klade vyšší důraz na to, jak seriózně se člověk vyjadřuje a jak vypadá.

Tím pádem souhlasím s tím, že ve veřejnoprávních televizích jsou kladeny vyšší nároky na kvalitu moderátorů než v soukromých sektorech. Postupem času se ty rozdíly trochu smazávají, protože veřejnoprávní televize se přibližuje televizi soukromé, ať už v obsahu či audiovizuálním sdělení. Ale obecně se domnívám, že kvalita moderátorů je obecně vyšší v rozhlase, protože v televizi se chyby snadněji odpustí, pokud moderátor dobře vypadá.

9. Dokážete odhadnout, co bude v budoucnu v metodách moderování dále vylepšeno, nebo víte o něčem, co moderátorům v současnosti chybí?

Rozhodně je to vybavení tím jazykem, ale hlavně také kvalitní příprava na moderaci, protože pokud moderátor pracuje s informacemi, tak musí být na to téma natolik připravený, aby respondentům nekladl otázky, na které se těžko odpovídá, takže si myslím, že mají moderátoři ještě co dohánět, protože ta čeština není stoprocentní.

10. Jakým směrem se dle Vašeho názoru budou dále média ubírat? Lze ještě více zefektivnit jejich využití?

Média jsou především od toho, aby předávala informace, a jejich nové využití závisí především na technice, která jde neustále dopředu, takže možnosti jejich využití jsou stále širší a obsažnější... ale může se stát, že bůh to jednou všechno vypne a bude klid.

Příloha D – Dotazník: Dominik Kučera

1. V posledních letech se velmi výrazně rozvíjí trend nových (internetových, digitálních) médií. Je to podle Vás krok správným směrem?

Nebylo by přirozené, kdybych tvrdil, že ne, když v nich sám pracuji. Novinky a inovace jsou každým dnem dál, než byly včera a u internetu to platí dvojnásob.

2. Jaké benefity dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

Materiál, zhotovený klasickými médii, má oproti digitálnímu obrovskou výhodu vysoké ceny i technické náročnosti – neplýtváte ho na zbytečnosti, soustředíte se skutečně jen na to podstatné.

Benefity nových médií jsou jejich jednoduchost natáčení, finanční dostupnost, rychlost a flexibilita editací. Díky těmto velmi důležitým faktorům můžeme zajistit kvalitně odvedenou práci za méně financí, což nám opět dává značný náskok oproti klasickým médiím. Můžeme si pak dovolit zbylé finance investovat do nových projektů či nových prvků do vysílání.

3. Jaké nevýhody dle Vašeho názoru představují zvláště klasická a zvláště nová média?

V současném přehlceném světě informacemi všeho druhu už ta klasická média ztrácí dech, nedokážou přinést uživateli tolik informací jako média nová. Nedávají navíc možnost k diskusi a tvorba obsahu je v klasických médiích finančně nákladnější.

Aktuálně je i přes stále vyšší počet uživatelů internetu na prvním místě televize jako druh zábavy a informací. Stále je velký počet lidí, kteří si kupují například noviny z lepšího pocitu a také větší důvěryhodnosti k danému médiu.

4. Jaké moderní prvky, metody nebo inovace, které do vysílání v posledních letech přišly, považujete za významné?

Zde je odpověď jednoduchá. Digitalizace, užití greenscreenu a asi bychom neměli vynechat sociální sítě.

5. Které z těchto prvků využíváte v praxi?

Z možností digitálního média využíváme různé informační grafiky, práci s greenscreeny atd., které výrazně usnadní práci moderátora a dotvoří takové prostředí, které v danou chvíli potřebujeme. Také natáčíme na zrcadlovky místo televizních kamer, výsledkem je hlubší, filmovější obraz, což přinese divákovi větší požitek ze sledování.

6. Prostřednictvím jakých služeb (sociální sítě, internet, telefon, SMS...) nejčastěji komunikujete s posluchači / diváky?

K tomuto jsou skvělé sociální sítě, kterých využíváme nepřetržitě, a dokonce nám diváci přispívají svými nápady a zasílají návrhy na reportáže, které by chtěli vidět. Pokud mají zájem, pak s nimi tvoříme i rozhovory, když se chtějí k určitému tématu vyjádřit a mají k němu co říct.

7. Myslíte si, že se budou klasická média muset postupem času podrobit současnému trendu a přejít také na internetové vysílání?

Podrobit určitě ne. Spíše vytvořit si vedle své klasické podoby (kterou si nutně musí zachovat) i internetový rozměr, protože co dnes není na internetu, to není. Toto platí dnes a v budoucnu to bude platit dvakrát tolik.

8. Když zhodnotíte práci moderátorů, lze jednoznačně říci, v jakém typu vysílání nebo druhu média je práce jednodušší / náročnější a kvalitnější / méně kvalitní?

Když se podíváme na většinu hlavních televizních stanic v ČR, řekl bych, že moderátorům a reportérům chybí schopnost rétoriky. Nevím, kdo a jak je vybírá, ale dokud se nebudou moderátoři umět precizně vyjadřovat, nikdy nebude jejich práce kvalitní. Osobně se přikláním k moderátorům z veřejnoprávních televizí a rádií, ale v dnešní době už nejsou znatelné příliš velké kvalitativní rozdíly.

9. Dokážete odhadnout, co bude v budoucnu v metodách moderování dále vylepšeno, nebo víte o něčem, co moderátorům v současnosti chybí?

Co se techniky týče, domnívám se, že dostupná technika pokrývá veškeré situace, se kterými je možné se setkat. Moderátoři mají k dispozici nejnovější technologie, se kterými je možné pracovat i v náročném terénu, ale je možné, že v budoucnu nastane situace, kdy se bude natáčet na netradičních místech, například ve vesmíru, kde dosavadní technika zajisté dostačující nebude.

10. Jakým směrem se dle Vašeho názoru budou dále média ubírat? Lze ještě více zefektivnit jejich využití?

Digitalizace bude probíhat stále, po přechodu televizního analogového vysílání na digitální čeká stejná budoucnost i rozhlasové analogové vysílání. V dnešní době jsou FM signály plné, není prostor pro vznik nových rádií. Začnou se více využívat rádia s digitálním přijímačem. Začne také vzrůstat význam internetových televizí a rádií. V současné době existují jen čistě internetové televizní a rozhlasové kanály, které jsou dostupnější díky aplikacím pro mobily a tablety. Začne vznikat více internetových časopisů a novin, ale nemyslím si, že papírová a vůbec celkově ta původní forma médií zanikne.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Nikola Šedinová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Moderátor v rozhlasu a televizi – nové prvky, metody – srovnávací studie

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 56

Celkový počet stran příloh: 12

Počet titulů českých použitých zdrojů: 10

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 29

Počet ostatních zdrojů: 0

Vedoucí práce: Ing. Jiří Velebný