

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2012–2015

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Milena Trubičková

Moderátorský projev v českém televizním zpravodajství

Praha 2015

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Tatiana Iskanderová, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2012-2015

BACHELOR THESIS

Milena Trubičková

Moderator speech in Czech television news

Prague 2015

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Mgr. Tatiana Iskanderová, Ph.D.

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

Jméno autorka(y)

Poděkování

Děkuji Mgr. Tatianě Iskanderové, Ph.D. za odborné vedení, vstřícnost a přínosné poznámky při vypracovávání bakalářské práce. Zároveň bych také chtěla poděkovat RNDr. Jaroslavu Hukovi, CSc. za pomoc a dobré rady při sestavování dotazníku.

Anotace

Bakalářská práce se ve své teoretické části zabývá historií televizního vysílání obecně a dále pak podrobněji rozebírá veřejnoprávní a komerční televizní zpravodajství, profesi moderátora televizního zpravodajství, konkrétně na vhodný výběr moderátora, jazyk moderátorského projevu a celkové přípravy na vysílání televizního zpravodajství. Praktická část vychází z kvantitativního výzkumu formou dotazníku, jehož výsledky ukazují, jaké jsou oceňované nebo odmítané formy moderátorského projevu z hlediska televizního diváka ve věku 19 – 26 let v kontextu komerčního a veřejnoprávního zpravodajství.

Klíčová slova

Jazyk moderování, komunikace, masová komunikace, moderátor, obsah zpravodajství, televizní vysílání, televizní zpravodajství, zpravodajství, zprávy.

Annotation

The theoretical part of this bachelor's work occupies with the history of the television in general and then analyses the public and commercial television news in detail, the profession of the TV news host, particularly the suitable choice of the TV host, the language of the hosting speech and the total preparation for the television broadcasting. The practical part proceeds from the quantitative research using the questionnaire whose results show what the appreciated and the unrecognised forms of the hosting speech from the point of view of the TV viewers in the age 19 to 26 years in the context of the public and commercial television.

Keywords

Communication, language moderation, mass communication, moderator, news, news, news content, Telecast, TV news.

OBSAH

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ.....	11
1.1 Komunikace	12
1.1.1 Masová komunikace	13
1.2 Žurnalistika	14
1.2.1 Zpravodajství.....	15
1.2.2 Publicistika	17
1.3 Moderátor, hlasatel, reportér.....	18
2 TELEVIZE A TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ.....	20
2.1 Historie televizního vysílání (televizního zpravodajství) v Československu	21
2.2 Vznik veřejnoprávního televizního zpravodajství	23
2.3 Vznik komerčního televizního zpravodajství.....	25
2.4 Televizní zpravodajství jako zdroj informací	26
2.4.1 Co je obsahem zpravodajství?.....	28
2.4.2 Volba správného tématu, zprávy	31
3 MODEROVÁNÍ.....	33
3.1 Výběr moderátora	34
3.2 Jazyk moderátora televizního zpravodajství	35
3.2.1 Verbální x nonverbální komunikace moderátora	37
3.3 Příprava na moderování televizního zpravodajství.....	39
PRAKTICKÁ ČÁST	41
4 VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE, HYPOTÉZY A METODA	
VÝZKUMU	41
VÝZKUMNÝ CÍL.....	41
HYPOTÉZY	41
VÝZKUMNÝ VZOREK.....	42
Výzkumná metodika	42
Časová organizace výzkumu podle jeho částí	43
5 VÝSLEDKY VÝZKUMU	44
5.1 Charakteristika respondentů	44
5.2 Televizní zpravodajství a jeho vnímání diváky	46

5.3	interpretace a diskuze výsledků.....	58
ZÁVĚR	61
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	63
SEZNAM PŘÍLOH	65

ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá moderátorským projevem v českém televizním zpravodajství. Toto téma autorka zvolila, jelikož se domnívá, že téma je v dnešní době velmi aktuální, avšak málo prozkoumané. I přesto, že se najdou v knihovných publikace, které se tématem moderování zpravodajství zabývají, nenajdeme v nich takové kapitoly, které by se zabývaly tím, zda může moderátor na diváka i na celkové vyznění zpráv působit a zda divák určité podoby moderátorského projevu vítá či by byl radši, kdyby od nich moderátor upustil. A to i proto, že je moderátor v dnešním světě vnímán spíše jako mediálně známá osobnost, ke které se snaží člověk připodobnit, nikoli ten, který by měl lidem zprostředkovávat podstatné, objektivní a aktuální informace, čemuž toto povolání odpovídá.

Cílem bakalářské práce bylo identifikovat publikem oceňované nebo odmítané formy moderátorského projevu, a to z hlediska televizního diváka v kontextu komerčního a veřejnoprávního zpravodajství.

Bakalářská práce je rozčleněna do pěti kapitol. První tři kapitoly jsou zaměřeny na teoretický výklad zvoleného tématu a dvě poslední se věnují výzkumu.

Obsahem první části práce, teoretické části, je vymezení základních pojmů, které se bezprostředně dotýkají tématu. Druhá kapitola podrobněji rozebírá historii televize a televizního vysílání, konkrétně televizního zpravodajství. Dále rozebírá, co se může stát obsahem zpravodajství a jak vhodně vybrat informaci, tak aby byla pro televizního diváka přínosem a co vše či spíše kdo, za tímto procesem výběru stojí. Poslední kapitola teoretické části je zaměřena na moderování zpravodajství obecně, tedy jak se moderátor vybírá, jaký by měl být jeho jazyk či mluva a jak by se měl na svůj veřejný projev připravit

Praktická část je zaměřena na výzkum, který je proveden kvantitativní metodou formou dotazníku a odpovídá na stěžejní otázky celého výzkumu. Ty jsou společně s hypotézami, časovou organizací výzkumu, výzkumnou metodikou a vzorkem součástí první kapitoly praktické části a jsou formulovány takto:

1. Jak často diváci ve věku od 19 do 26 let sledují televizní zpravodajství?
2. Sledují televizní zpravodajství více studenti nebo lidé, co již v těchto letech pracují?

3. Které televizní stanice (veřejnoprávní x komerční) dávají přednost a z jakého důvodu?
4. Vyžadují diváci od moderátora televizního zpravodajství spisovnou češtinu?
5. Dokáže moderátor(ka) televizního zpravodajství ovlivnit diváka?

Poslední pátá kapitola vyhodnocuje jednotlivé otázky dotazníku dle odpovědí respondentů a součástí je i interpretace a diskuse zjištěných výsledků výzkumu, kde se právě díky zjištěným výsledkům vracíme k hypotézám, které byly na počátku výzkumu stanoveny a jsou buď potvrzeny, nebo vyvráceny.

TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

„Chceš-li se mnou diskutovat, přesně vysvětli pojmy.“

Voltaire

Moderátorský projev v televizním zpravodajství a nejen ten i informace, které přinášejí tištěná periodika, tedy písemnou formou, by vždy měli být úplné a nezkreslené, bez známky jakékoli manipulace nebo pokusu autora článku či příspěvku o vsugerování vlastního názoru divákovi. Ovšem i přesto, že se autoři snaží zpravodajství podat přesně tak, jak je vyžadováno, se někdy může stát, že z informace vyplyne o něco jiná informace, a to jen díky spoustě významů jednoho slova.

Každé slovo má spoustu definic. Vždy by však definice daného pojmu, ať už ji sestavil kdokoli, měla mít stejný význam. Ovšem existují i slova, která stejně znějí a většinou jsou stejná i v psané podobě, ale i přesto mají rozdílné významy, tudíž definice by vždy měla vyplynout s jiným koncem, tedy s naprosto jiným významem slova. Taková to slova, mnohoznačná slova, se v dnešní době objevují velmi často. Jsou používány, a pokud člověk neví celý kontext, ve kterém bylo takovéto slovo použito, může docházet i k neúplným informacím a často také celkově zkresleným.

Jak se této mnohoznačnosti informace vyhnout? Především tím, že se na počátku všeho uvede na pravou míru, v jakém kontextu bude slovo použito. Důležité také je, aby o možnostech slova, tedy pokud má slovo více významů, věděli všichni, co jsou zapojeni do komunikačního procesu. Tím se dá také mnohým nesrovnalostem předejít. A v neposlední řadě, je velmi důležité, aby se obě strany poslouchaly, a to i v případě, že se jedná o zpravodajství prostřednictvím takového masového média, jako je televize, kde zpětná vazba není úplně tak jednoduchá a tudíž k vysvětlení některých použitých slov není moc prostoru. A právě proto jsem se rozhodla slova, která jsou stěžejní pro mou práci objasnit hned na začátku, aby nedocházelo k různým chybným informacím.

1.1 KOMUNIKACE

Důležitou součástí nejen dnešní doby, ale vůbec součástí existence lidstva je komunikace. Tento pojem byl, je a bude mnohokrát skloňován a nespočetně definován, pokaždé s použitím jiných slov, vždy však se stejným výsledkem. Musil (2010, s. 11) jej vymezuje takto: „*komunikace, je přenos informace pomocí znakového systému, uskutečňovaný mezi lidmi přímo nebo pomocí technicko-organizačních prostředků.*“ Kde znakovým systémem se označuje jazyk.

K představě o základním schématu komunikace využijí Shannon-Weaverův model. Na počátku musíme mít nějaké sdělení- informaci (message), které chceme předat. Poté následuje zdroj informace, vysílač – kóder, kanál – přenosová cesta, přijímač – dekodér, příjemce a zpětná vazba, která by měla být základem, každé komunikace. A to hlavně v případě, že do komunikace zasáhne nějaký šum, který informaci zkreslí.

Informaci, jež je základním stavebním kamenem každé komunikace, můžeme blíže definovat jako obsah procesu komunikace. Informace je jakákoli výpověď nebo sdělení, které umožňuje poznání různých jevů, dějů či věcí. Ovšem chápání tohoto pojmu není tak jednoduché, jelikož je vždy závislé na kontextu užití v různých vědních oborech. Například od žurnalistické informace se očekává, že bude vždy aktuální a společensky závažná. (Osvaldová aj., 2002, s. 80)

Protikladem informace, která se ve zpravodajství také objevuje, je dezinformace. Za pomoci dezinformace a jejich různých šumů dochází ke zvýšení neurčitosti poznání. Dezinformace nemá hlavní účel nás skutečně zasvětit do problému, ale spíše nám skutečnost poněkud upravit, aby pro nás, jako pro diváka či čtenáře, byla přijatelnější ba dokonce ovlivnit naše mínění a názor. Vždy se však tváří velmi důvěryhodně a pravdivě, proto je velmi těžké ji rozpoznat.

S mezilidskou komunikací se setkáváme každý den, ať už chceme či nikoli a můžeme ji různě rozlišovat. Mezi prvotní rozdělení patří, zda komunikace probíhá přímo mezi komunikujícími (přímá interpersonální komunikace) nebo nepřímou, tedy zprostředkovaně za pomoci nějakého prostředku, například počítače, televize či listu papíru. (Musil, 2010, s. 12 – 13, 19)

Dále existuje komunikace skupinová, která se uskutečňuje v určitých ustanovených seskupeních, například v rodině nebo ve školní třídě. Z tohoto typu komunikace vyplývá další typ komunikace, a to meziskupinová, která probíhá mezi jednotlivými skupinami. A poslední dva typy komunikace jsou organizační, probíhající v rámci nějakého politického systému nebo podniků a celospolečenská, která by měla být dostupná všem a můžeme sem zařadit masová média. O komunikaci tedy nemluvíme pouze tehdy, když si s někým z očí do očí povídáme, ale i pokud doma o samotě sledujeme například televizní noviny, jelikož hlavní důvodem komunikace je přenos informace. (McQuail, 1999, s. 27)

Ke komunikaci může docházet i tehdy, kdy nepoužijeme slov, hovoříme tedy o nonverbální komunikaci. Tento druh komunikace je beze slov a jedná se především o řeč těla, můžeme sem zařadit například mimiku, gestiku, haptiku, posturiku nebo proxemiku. Opakem nonverbální komunikace je komunikace verbální, což je komunikace pomocí slov. Ve většině případů se verbální a nonverbální komunikace propojuje a probíhají současně, závisle jedna na druhé.

1.1.1 MASOVÁ KOMUNIKACE

Tento termín vznikl koncem třicátých let dvacátého století. Je jedním z typů mediální komunikace. Pokud si tento pojem rozebereme, pak „masový“ nám označuje velké množství, počet nebo rozsah lidí či produktů a „komunikace“ je termín, který odkazuje k přebírání a předávání významů nebo přijímání a vysílání sdělení. *Jedna z definic říká: „Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jimiž specializované skupiny využívají technické prostředky (tisk, rozhlas, filmy, apod.) pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku.“* (Janowitz In: McQuail, 1999, s. 31)

Jedná se tedy o celospolečenskou komunikaci, která je mezi jedním bodem a širokým publikem, kde se jednotliví členové tohoto publika neznají, jsou anonymní nejen jeden pro druhého, ale i pro vysílače, který informaci sděluje. Tvoří tzv. masu. Dle slovníkové definice můžeme slovo „masa“ definovat jako seskupení mnoha lidí,

v němž jedinec ztrácí svou osobnost a stává se součástí velkého celku. Jedná se o velké rozptýlené, rozmanité a nediferencované seskupení lidí.

Komunikace prostřednictvím masových médií utváří vztahy mezi podavatelem a příjemci, které jsou jednosměrné a neosobní. Podavatel se s publikem nemůže v pravém slova smyslu seznámit, jelikož je pro něj vzdálený a nediferencovaný a proto může být tento proces chápán jako vypočítavý či manipulativní. Na druhé straně konzument média je brán jako pasivní pozorovatel, který má velmi malé, většinou však žádné, možnosti se do takového komunikačního procesu zapojit. Podavatelem během masové komunikace jsou téměř vždy profesionálové v mediálním světě – novináři, producenti, baviči, politici, výkonní umělci a jiní. Sdělení, které je podavatelem předáváno, není většinou vyznačeno žádnou jedinečností, překvapivostí nebo kreativitou, jde o jakýsi „produkt“ vyroben standardizovaným způsobem (masovou produkcí).

Mezi masová média, masmédia nebo také hromadné sdělovací prostředky patří noviny, časopisy, knihy, letáky, nahrávky, televize, film, internet, rozhlas...

Masová komunikace je komunikace jako každá jiná, avšak má své specifikum, a to, že probíhá vždy mezi jedním podavatelem informace a mnoha příjemci (masou). Informace, kterou podavatel šíří je mezi příjemců dodána současně, bezprostředně a se stejným vlivem, čehož u jiných forem komunikace docílit nelze. (McQuail, 1999, s. 30 – 31, 58 – 60)

1.2 ŽURNALISTIKA

Žurnalistika, či české synonymum k tomuto výrazu – novinářství, může být povolání, ale i produkt této práce. Žurnalistiku vykonává ten, jenž informuje o aktuálním dění, což mohou být nejrůznější jevy, činy nebo události, které mohou být otřesné či bizarní, ale vždy by měli být podstatné, zajímavé a důležité, mít tedy takovou povahu, aby přilákali pozornost. Žurnalista by se měl dobírat smyslu, významu a dopadu informace na společnost. Žurnalistiku můžeme tedy nazvat typem veřejné komunikace, která je nepostradatelnou součástí soudobého životního stylu. (Bednařík aj., 2011, s. 19)

Žurnalisté mají tři základní cíle, na které by měli dbát, aby při jejich práci byly splněny, a to:

- a) informovat veřejnost (zajišťovat předání relevantních, vyvážených a nestranných informací),
- b) reprezentovat veřejnost (zaznamenávat rozložení hlasů názorů, přesvědčení, ideologií a hodnotových systémů ve společnosti),
- c) vytvářet fórum (dát prostor pro názory občanů a veřejné mínění).

Počátky žurnalistiky jsou spojovány s vynálezem knihtisku (Johannes Gutenberg, 1445), ale první zárodky „noviny“ se objevily již dávno předtím. Nebyly to však klasické noviny, jak je známe dnes, ale spíše takové letáky, které však přinášely nejrůznější informace o budoucím dění. Původní žurnalistika, jak ji známe dnes, se začala formovat v 15. století. Zlatým věkem žurnalistiky můžeme nazývat období 19. a 20. století. Nejprve byla žurnalistika psaná (tištěná), v 19. století byla písmenka obohacena obrazovou podobou, tudíž se objevila fotografie a 20. století dává žurnalistice nový audiovizuální pohled (televize, rozhlas).

Žurnalistika se od svého vzniku postupně více diferencovala. Obsahově, vytvořením různých rubrik, například politika, ekonomika, kultura, sport., ale také profesně, a to tak, že byla utvořena stálá struktura redakce, šéfredaktor, redaktor, editor...

Jak se postupně žurnalistika více členila, došlo i na přesnější definování žurnalistických žánrů a především na rozlišení dvou základních pilířů žurnalistiky a to na zpravodajství a publicistiku. (Osvaldová aj., 2002, s. 220 – 221)

1.2.1 ZPRAVODAJSTVÍ

Zpravodajství může být novinářská činnost, ale zároveň i výstup této činnosti, tedy konkrétní viditelný a slyšitelný výsledek, který můžeme najít v periodickém tisku, časopisech, rozhlasu, televizi a i na internetu. Pod tímto pojmem se tedy může skrývat jak fáze hledání a výběr informací, tak sdělování konkrétním čtenářům či divákům, prostřednictvím různých žurnalistických žánrů. Je považováno za základní novinářskou činnost. Zakládá se na faktech a událostech, které si vyhledává, shromažďuje, třídí,

vybírání, objasňuje a předává prostřednictvím zvoleného média příjemcům. Jednou ze základních funkcí zpravodajství je poskytovat veřejnosti podněty, aby si na jejich základech mohli utvářet vlastní názory, nikoli aby jim názory byly vnucovány. Mělo by za každých okolností být rychlé, přesné, objektivní, nepředpojaté, vyvážené, aktuální, rozmanité a přinášet společensky podstatné informace, které daná společnost preferuje. Vždy musí odpovídat na pět základních otázek – Kdo?, Co?, Kdy?, Kde? a Proč?. (Osvaldová aj., 2002, s. 216 – 217) (Osvaldová aj., 2001, s. 21)

Zpravodajství je výsledek činnosti. Není však záležitostí pouze jedné osoby, jak by se někdy mohlo zdát, ale velmi rozmanitého týmu mediálních profesionálů v rámci mediálních organizací, kteří mají vytvořenou hierarchizaci, rozdělenou práci, odpovědnost a jednotlivé role. Jedná se o velmi složitý mechanismus. Již jen díky tomu, že na podobě zpráv se nepodílejí pouze zpravodajští redaktori, ale i kameramani, editoři, fotografové, šéfredaktori, vedoucí vydání, zvukaři... a každý z nich může svým přínosem ovlivnit konečnou podobu zpráv. Ovšem nejen tito, dalo by se říci přímí účastníci, mohou mít podíl na tom, jakou má konečný výsledek podobu, ale na tomto procesu se mohou podílet i zástupci inzertního oddělení a vlastníci médií. (Trampota, 2006, s. 22)

„Dnes je zpravodajství považováno jednak za svébytný typ novinářské práce („být zpravodajem“ je něco jiného než „být komentátorem“), jednak za specifický mediální žánr, který se během vývoje mediálních studií a zkoumání médií těšil výsadnímu postavení. Jde o žánr s vysokým statusem a „jeho proklamovaná objektivita a nezávislost na politických nebo vládních institucích je považována za základ fungování každé demokracie.“ (Fiske In: Trampota, 2006, s. 10)

Zpravodajství můžeme nalézt ve všech formách – v tištěné podobě, v rozhlasové podobě i televizní podobě. A jelikož je práce zaměřená na poslední formu z výše zmiňovaných, přibližme si její.

Televizní zpravodajství je „druh audiovizuální žurnalistické tvorby, jejímiž určujícími znaky jsou kontinuální periodicita a vysoká operativnost při šíření informací v kombinaci pohyblivého obrazu a mluvené řeči. S postupným zaváděním nových elektronických technologií si vytvořilo vlastní audiovizuální vyjadřovací jazyk: využívání nových obrazových prvků (digitální triky, počítačová grafika a animace), zvukových reálií (důraz na reálné zvuky a ruchy prostředí) a dalších slovních i

mimoslovních výrazových prostředků (význam osobnosti moderátora).“ (Osvaldová aj., 2002, s. 218)

Základním žánrem pro televizní zpravodajství je obrazová zpráva, neboli šot. Programově nejrozšířenějším typem je zpravodajská relace, která má pevně stanovený čas i místo ve vysílací skladbě každé televizní stanice (například televize Nova má svou zpravodajskou relaci „Televizní noviny“ každý den od půl osmé; Česká televize své „Události“ od sedmé hodiny večerní). Každá zpravodajská relace se skládá z určitých částí: redaktorské a moderátorské vstupy (u redaktorských vstupů můžeme ještě definovat živý vstup, kdy redaktor v přímém přenosu „vstoupí“ do relace se svým příspěvkem přímo z místa události), obrazových sdělení, reportáží, telefonátů (někdy i ze zahraničí), znělky či předěly. (Tamtéž, s. 218)

1.2.2 PUBLICISTIKA

„Doménou publicistiky, ať už se k recipientům obrací písmem, zvukem nebo obrazem, je hledání souvislostí, vyslovování názorů, komentářů, mínění a stanovisek k většinou již známým faktům.“ (Osvaldová aj., 2001, s. 14) Od zpravodajství, které by mělo být založeno na faktech, se publicistika odlišuje především tím, že se v ní včetně informace objevuje subjektivní názor autora, tedy jeho soudy nebo postoje. Výsledkem nemá být pouze informování společnosti, ale také poznání a popřípadě i získání recipienta.

Předmětem publicistické činnosti může být stejně událost, jako „pouhá“ myšlenka, tedy věc, která se udála, ale také podnět duchovní povahy. Mezi publicistické žánry můžeme zařadit glosu, poznámku, reportáž, interview, fejeton, úvodník, editorial, komentář....

Zpravodajství a publicistika se však, i přes rozdílné definice, prolínají. I když stále zde bude hráz, kterou zpravodajství nesmí překročit, a to že nikdy nesmí ovlivňovat, ale pouze informovat svého diváka

Na počátku každého publicistického žánru je zpravodajská zpráva, kterou publicisté více prohlubují, dodávají k ní vlastní názor a například i různou hudbu, která

může zmanipulovat. Publicistika je jeden z pilířů žurnalistiky, ale můžeme ji také nazvat jakousi hrou s veřejným míněním. (Osvaldová aj., 2001, s. 14 – 15)

Součástí publicistiky je i investigativní žurnalistika. Jejím cílem je zveřejňovat zamlčované a odpírané, pro chod společnosti však důležité informace. Od novinářů se očekává důkladná rešeršní činnost, shromažďování faktů, podstatné a bezchybné důkazy, které by měly být ověřeny z nejméně dvou až tří různých zdrojů a v neposlední řadě je důležité, aby i obviňované straně byla poskytnuta možnost vyjádřit svá stanoviska. Tento typ žurnalistiky vznikl díky aféře Watergate a dokáže nejvíce ovlivňovat veřejné mínění.

Jak již bylo zmíněno výše, i publicistika může mít různou formu a právě ta televizní nás bude zajímat nejvíce. Televizní publicistikou můžeme nazvat skupinu pořadů televizní žurnalistiky, které nejenže poukazují na aktuální informace, ale poté je ještě analyzují a poskytují divákovi názor na danou situaci, se záměrem jej objasnit a poskytnout divákovi ke ztotožnění. (Osvaldová aj., 2002, s. 146 – 147, 221 – 222)

Příkladem pro televizní investigativní publicistiku může být pořad „Na vlastní oči“, který vysílala televize Nova.

1.3 MODERÁTOR, HLASATEL, REPORTÉR

MODERÁTOR

Mluvíme-li o televizním vysílání, moderátorem můžeme nazvat jakéhosi průvodce pořadem, například diskusí, který pořad uvádí a především jej usměrňuje správným směrem, aby bylo docíleno náplně, které byla předem stanovena. Moderátor je tvůrčím pracovníkem, který musí dokázat navzájem spojit několik profesí, a to redaktorskou, hlasatelskou, reportérskou, komentátorskou a částečně režisérskou a dramaturgickou. Uplatňuje se převážně v živém vysílání. (Tamtéž, s. 107)

HLASATEL

V žurnalistice můžeme označit za hlasatele takového televizního či rozhlasového pracovníka, který interpretuje texty v živém vysílání nebo pro záznam, zejména to jsou zpravodajské materiály, poznámky, komentáře, dále ohlašuje a odhlašuje pořady a oznamuje divákům denní programovou skladbu.

Během vývoje masových médií se v hlasatelské profesi vyčlenily dvě specializace – zpravodajská a programová. V dnešní době hlasatelská činnost upadá a většinu jejich výkonů přebírají moderátoři. (Osvaldová aj., 2002, s. 77)

REPORTÉR

Reportérem označujeme novináře, který svou zpravodajskou a reportérskou práci pro noviny, rozhlas nebo televizi vykonává tzv. v terénu, kde se orientuje na autentické, přímé (očité) svědectví. Měl by být pohotový, schopný rychle formulovat, smysl pro detail, osobitý způsob vidění věcí. (Tamtéž, s. 157)

Všechny tyto tři profese si často spojujeme v jednu. Není divu, nejsou v nich nikterak velké rozdíly, i když tam přeci jen jsou. Ony rozdíly by měli lidé vnímat, jelikož se jedná o každé jiné zaměstnání a každé s jinou náplní práce.

V práci se zaměříme převážně na moderátora, už jen proto, že právě on by měl dokonale ovládat i ostatní dvě profese, ale hlavně jeho projev (moderátorský) je hlavním tématem práce.

2 TELEVIZE A TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Dnes si snad už nikdo nedokáže představit obývací pokoj bez televize, ať už má jakkoli velkou úhlopříčku, plochou obrazovku a nebo 3D rozlišení, vždy však alespoň jeden televizní aparát v bytě či domě najdeme, většinou však každá domácnost jen u jednoho nezůstane. A to už jen kvůli tomu, že v dnešní době je velmi obtížné představit si život tohoto vynálezu. Díky televiznímu vysílání se můžeme během chvíle dozvědět, co je nového v celém světě, zažít úžasný romantický příběh s venezuelskou telenovelou nebo poznat svou oblíbenou zpěvačku, díky různým zábavným pořadům, možností je nespočetně a to i vzhledem k tomu, že každá stanice nabízí něco trochu jiného.

První, a následně i první pravidelné, televizní vysílání představila britská společnost BBC, která od svého vzniku v roce 1922 byla známa jako rozhlasová stanice, a rázem se stala i první televizní stanicí na světě, která byla všemi vyhledávána. Šlo o něco nového pro všechny, nikdo doposud nic podobného neviděl a ani netušil co vlastně očekávat. I přesto, že o televizním vysílání se mluvilo již od 19. století, kdy byl patentován Nipkowův kotouč, který se později stává základní součástí pro mechanickou televizi a slovo „televize“ se objevovalo již od roku 1900, ale obyčejný člověk si nedokázal pod tímto pojmem nic kloudného představit.

Televizní vysílání a k němu neodmyslitelně patřící televizor se ihned stalo obrovským hitem. Každý ho chtěl mít doma, ovšem to nebylo tak jednoduché. Cena nebyla zrovna nakloněna možnostem „obyčejných“ lidí, a tak televizní vysílání chodili lidé sledovat na veřejná místa, kde televize byla. Samozřejmě postupně, jak se televize více vyvíjela, se stávala dostupnější i pro ty, kteří si jí na jejím počátku nemohli, většinou z finančních důvodů, dovolit. Do dneška se televize i její vysílání dostalo až tak daleko, že jej nemusíme sledovat pouze prostřednictvím televizoru, ale i po internetu.

Objev televizního vysílání a následně vynález televizoru je bezpochyby obrovským a podstatným milníkem historie lidstva. Vždyť právě díky tomu můžeme denně slyšet a zároveň i vidět aktuální a podstatné informace týkající se nejen České republiky, ale i celého světa. (ceskatelevize.cz. [online]. [cit. 2015-01-03].)

2.1 HISTORIE TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ (TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ) V ČESKOSLOVENSKU

Pokusy o přenos obrazu pomocí televizního vysílání se v Československu objevovaly již před druhou světovou válkou, kdy byl průkopníkem televize docent experimentální fyziky na Univerzitě Karlově v Praze Jaroslav Šafránek. Šafránek dokončil televizní aparaturu, která fungovala na principu mechanického rozkladu televizního obrazu. I přesto, že o televizi byl opravdu velký zájem, hlavně u radioamatérů, kteří prosadili, aby byl v Praze vybudován televizní vysílač, se zahájení televizního vysílání neuskutečnilo. Po druhé světové válce však začíná rychlý rozvoj televize a brzy se začínají objevovat i první předpoklady o tom, jak bude televize úspěšná. (Feldstein, 1964, s. 17 – 18, 27 – 28)

Pravidelné televizní vysílání se v Československu objevilo až 25. února roku 1954, ale již rok předtím zde existovalo televizní vysílání, ale pouze zkušební i když veřejné. První veřejné televizní vysílání oficiálně zahájil 1. května 1953 náměstek předsedy Československého rozhlasového výboru Jozef Brabec za účasti stranických a vládních funkcionářů. Program byl vysílán ze záznamu na filmovém pásu. Celý program zahájil tehdy velmi populární herec Jaroslav Marvan, který přivítal diváky. Poté diváky čekaly Filmové aktuality (např. záběry z návštěvy prezidenta Zápotockého u vojáků, reportáž z cyklistického závodu Praha – Berlín – Varšava). Ovšem celý program prvního dne nebyl pouze o předtočeném vysílání, ale vysílalo se i živě, a to z Měšťanské besedy, kde sehrál improvizované vystoupení Harpagona z Moliérova Lakomce herec František Filipovský.

První měsíce se týdně odvysílalo průměrně cca 3,8 hodin, což se s dnešním vysíláním, kdy televize nabízí 24 hodin denně nějaký program, nedá srovnávat. V listopadu 1953 se televizní vysílání ze tří dnů v týdnu (v létě pouze dva dny) rozrostlo na čtyři dny v týdnu. (Bednařík aj., 2011, s. 271) (Štoll, 2011, s. 7 – 9)

Předpoklady o velké a úspěšné budoucnosti televize, které byly vysloveny ještě před zahájením televizního vysílání, byly splněny a dokonce i překonány, a to i přesto, že si z počátku většina obyvatel, z finančních důvodů, nemohla televizor dovolit a raději navštěvovali veřejné místnosti – kulturní domy či knihovny, odkud televizní vysílání

sledovali. Cena televizorů byla tedy postupně snižována, aby si televizor mohlo dovolit co nejvíce občanů a role, či moc, televize v Československu stále rostla.

Televizní studio nemělo žádné záznamové zařízení, tudíž všechny pořady musely být vysílány živě. To však nebyl žádný problém, a tak se na televizních obrazovkách objevovala i představení divadelních her, které byly přímo inscenovány v Měšťanské besedě a nejen to. Jelikož bylo vše o živém či přímém přenosu, nebyl problém 11. února 1955 vysílat mimo televizní studia, a to konkrétně na Zimním stadionu v Praze na Štvanici, kam odjel první přenosový vůz, aby zaznamenal a současně na televizní obrazovky přenesl hokejové utkání Praha – Leksand IF (Švédsko). Tento netradiční zážitek pro diváky zaznamenal obrovský úspěch a tak ještě téhož roku byly odvysílány i první přímé přenosy z fotbalu, cyklistiky, cvičení z první celostátní spartakiády a o rok později i první přímý přenos ze zahraničí, kdy byly odvysílány přenosy ze zimních olympijských her v Itálii. Sportovní přenosy se tedy staly trvalou součástí televizního vysílání. (Bednařík aj., 2011, s. 270 – 274)

„První dva roky vysílání, byly pravidelnou součástí televizního programu filmové týdeníky, které nahrazovaly každodenní televizní zpravodajskou relaci. Televize vlastní zpravodajskou relaci neměla a do roku 1956 přebírala v době od 19 do 19.30 hod. zvukovou modulaci Rozhlasových novin Československého rozhlasu, přičemž na obrazovce byl nápis „Posloucháte Rozhlasové noviny“. (Tamtéž, s. 273)

I přesto, že se denní zpravodajské relace nevysílaly, tak Československá televize měla svou zpravodajskou redakci. Osazenstvo však nebylo nikterak rozsáhlé, jako je tomu dnes. Skládala se z vedoucího redaktora, vedoucího výroby, sekretářky redakce, dvou produkčních a několika redaktorů (z toho byl jeden z nich i zahraničním redaktorem). Pravidelně byly vysílány týdenní zahraniční komentáře od Vladimíra Veselého „Co nového ve světě“ a často se také vysílaly „Televizní aktuality a zajímavosti“ (TAZ), které bychom mohli nazvat zárodkem zpravodajství, také proto, že zde byly vysílány krátké reportáže vlastní výroby.

Počátkem denního televizního zpravodajství můžeme označit ten moment, kdy byla do večerního vysílání Televizních aktualit a zajímavostí zařazena reportáž s názvem „Stalo se dnes“ a pojednávala o tom, jak tentýž den dopoledne dovezli na žižkovské nákladové nádraží jablka pro vánoční trhy; událost natočili a ještě ten večer vysílali jako první televizní aktualitu.

„Pustili jste ducha z flašky – a už ho tam nikdo nevrátí!“ poznamenal Viktor Růžička, tehdejší vedoucí redakce, když se dozvěděl, co se za jeho nepřítomnosti událo před zraky celého Československa (tedy těch, kteří měli televizor). V tom měl, jak dnes již všichni víme, pravdu. Denní televizní zpravodajství na našich obrazovkách vidáme pravidelně každý den i čas.

I když zprvu vypadalo, podle toho co pronesl, že se denního zpravodajství děsí, stál Viktor Růžička, společně s ostatním redaktory zpravodajské redakce, u zrodu vysílání pravidelné zpravodajské relace „Televizní noviny“. (ceskatelevize.cz [online], 2003)

2.2 VZNIK VEŘEJNOPRÁVNÍHO TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Jak je již výše zmíněno, vývoj televizního zpravodajství nebyl zrovna jednoduchý a první náznaky denního zpravodajství se na televizních obrazovkách objevily až po dvou letech fungování televizního vysílání.

První zkušební každodenní televizní zpravodajství „Televizní aktuality a zajímavosti“ se začalo vysílat 1. září 1956 v 19 hodin. Mezi tím už od března 1956 byla vysílána nejstarší sportovní zpravodajská relace - „Branky, body, vteřiny“. Roku 1958 se objevila nová zpravodajská relace Československé televize „Televizní noviny“, jejichž prvními hlasateli byli Jaroslav Bouz a Kamila Moučková.

Nově vzniklé „Televizní noviny“ našly svůj vzor nejen v názvu, ale i v koncepci u Rozhlasových novin, které na počátku televizní vysílání přebíralo od Československého rozhlasu. „*Tento typ, umožňující zařazovat vedle aktuálního zpravodajství z doma i ze zahraničí další drobnější publicistické pořady se svou žánrovou pestrostí a mnohostranným pohledem na živé současné otázky se ukázal i pro televizi vhodný a účelný. Proto si také Televizní noviny záhy získaly u diváků zaslouženou oblibu.*“ (Feldstein, 1964, s. 120)

Jelikož televize a s ní spojené i televizní zpravodajství se vyvíjelo v době, kdy zde vládla Komunistická strana Československa (KSČ), není divu, že se televize stala nástrojem moci této strany. Vzniku „Televizních novin“ napomáhal rozvoj technického

zázemí televize a jelikož byla Československá televize pod taktovkou státu, tedy pod vládou vedoucí komunistické strany, záleželo to hlavně na „hlavách našeho státu“, zda se bude toto médium dále rozvíjet a jelikož si KSCĚ uvědomovala, jak rychle význam televize roste a začínala ji chápat jako jeden z klíčových nástrojů ideologického působení, tak rozvoj podporovala. (Bednařík aj., 2011, s. 299 – 302) (Feldstein, 1964, s. 119 – 126)

V době svého rozpadu zde neměla Československá televize žádnou konkurenci. Byla monopolem na svém trhu, stejně jako Československý rozhlas. Ale i přesto, sloužila převážně jako nástroj k šíření ideologického myšlení KSCĚ, která zde měla největší vliv a zástupci této strany seděli i v komisích či výborech, které rozhodovaly o tom, co se bude vysílat, byly to státní média. Televize a s ní související i pořady, které vysílala, se z podmanění postupně dostávala po roce 1989, kdy došlo ke změně ze státního média na média veřejné služby.

Československá televize zanikla k 31. prosinci 1992 společně s federální okruhem F1. 1. ledna 1993 byla zřízena zákonem České národní rady, Česká televize podle zákona o České televizi (zákon č. 483/1991 Sb) jako televizní služba veřejnosti České republiky. Ještě za federace (1. července 1991) zřídila Slovenská národní rada Slovenskou televizi. Československá televize ještě rok po vzniku České a Slovenské televize fungovala a zajišťovala vysílání zpravodajství na federálním okruhu F1, který byl společný jak pro Slovenskou, tak Českou republiku, ostatní pořady na F1 zajišťovala obě republikové televize, které ještě zajišťovali vysílání na ostatních dvou okruzích v obou republikách.

V České republice, i po tomto roztříštění, měla nyní už Česká televize i její „Televizní noviny“ monopol, který však skončil s nástupem duálního systému vysílání, kdy televizní a rozhlasové vysílání je rozděleno do dvou kategorií: provozování vysílání ze zákona (veřejnoprávní vysílání, které u nás zastává Česká televize a Český rozhlas) a držitele licence (soukromá či komerční média, což jsou v naší republice např. televize Nova či rádio Evropa 2).

2.3 VZNIK KOMERČNÍHO TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Po roce 1989 se v celé České republice začalo vše postupně uvolňovat, odstátňovat a rušit cenzura. Tudíž není divu, že v nabídkách televizního vysílání se objevují nové televizní stanice, které mají již statut soukromé či komerční stanice a diváky především lákaly na relaxaci. Tyto stanice jsou opakem veřejnoprávní televizní stanice, tudíž nejsou financovány od státu, ale na svou existenci si musejí samy vydělat, a to za pomoci reklamy.

První významnější soukromá televizní stanice *Premiéra* se objevila v roce 1992, kdy získala licenci a v červnu 1993 začala vysílat. Nebyla to však žádná konkurence pro Českou televizi, protože nevysílala celoplošně, ale pouze po Praze a blízkém okolí. Později změnila název z *Premiéra* na *Prima* (pod tímto názvem ji dnes znají všichni).

V únoru roku 1994 (rok po udělení licence) začala vysílat první celoplošná soukromá stanice Televize Nova. Ta si ještě během téhož roku vydobyla své místo u diváků a stala se ekonomicky nejúspěšnějším mediálním projektem. Nastartovala ihned od počátku svou úspěšnou budoucnost, měla největší sledovanost ze všech tří stanic, oživila televizní trh, představila nové tváře i nové zábavné programy. Ale nevedla pouze v zábavě a relaxaci, ale předběhla zbylé dvě televizní stanice i ve zpravodajství a dá se říci, že většina lidí hodnotí televizní stanici celkově právě podle zpravodajské relace. (Bednařík aj., 2011, s. 377 – 379)

TV Nova, jako nově vzniklá stanice, přišla se vším novým a tedy i zpravodajství se rozhodla dělat jinak, než na něj byli diváci doposud zvyklí. Celá nová koncepce zpravodajství, inspirovaná britským a americkým zpravodajstvím. Moderátora ve studiu nahradila moderátorská dvojice ve složení muž – žena, kteří měli být více uvolnění než doposud a tím dosáhnout lepšího a uvěřitelnějšího projevu. Odvysílané reportáže nabitě dramatičností se odehrávaly například v soudních síních nebo informovaly o kriminálních případech, což dosud divák nemohl na televizních obrazovkách vidět a v neposlední řadě si i nová stanice zakládala na vlastních kauzách, se kterými přicházeli skoro každý den. Nová stanice se rozhodla dát divákovi to, co se mu do té doby nedostávalo.

Prvními moderátory zpravodajské relace TV Nova byli Zbyněk Merunka se Stanislavou Bartošovou – Wanatowitzovou, tu, pro její chladnost ve vysílání, později

nahradila Eva Jurinová, která se Zbyňkem Merunkou vytvořila nezapomenutelnou a velmi populární dvojici. Druhou dvojici, která byla poněkud mladší, vytvořili Martin Severa s Janou Leichtovou, která však byla později také vyměněna za vhodnější Jitku Obzinovou.

Se svou programovou skladbou se rozhodli brát jako svého největšího konkurenta Českou televizi. I proto se zřejmě rozhodli pro přímý střet, tedy vysílat svou zpravodajskou relaci ve stejný čas (půl osmá) a použít i stejný název (Televizní noviny) jako Česká televize používala v dobách komunismu.

„Nepředpojatost, otevřenost a neideologičnost, tedy to, co se dohromady nazývá slovem nezávislost, byly jedny z hlavních předpokladů úspěchu zpravodajství TV Nova.“ (Vávra, 2013, s. 61) Během prvních tří měsíců vysílání televizního zpravodajství se TV Nova se svým zpravodajstvím dostala na stejná i vyšší čísla divácké sledovanosti jaké měla Česká televize. (Vávra, 2013, s. 52 – 62, s. 86 – 92)

2.4 TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ JAKO ZDROJ INFORMACÍ

Jak již bylo zmíněno, informace jako taková je základním zdrojem každé správné komunikace a tak pokud jde v televizním zpravodajství o to, předat (vykomunikovat) divákovi informace, musí toto sdělení být správně zpracováno a vybráno. A toto vše závisí na novinářské profesi. Proto existují různá desatera či kodexy, jak má žurnalista ke své práci přistupovat. Jeden z kodexů novinářské práce nazvaný Mezinárodní zásady profesionální etiky v žurnalistice, který vznikl pod dohledem UNESCO, vymezuje novinářskou činnost takto:

- I. *Právo lidí na pravdivé informace. Tato formulace zahrnuje právo lidí svobodně se vyjádřit prostřednictvím komunikačních médií.*
- II. *Oddanost žurnalistů objektivní realitě. Cílem novinářské práce je poskytnout publiku „adekvátní materiál, který by usnadnil formování přesného a komplexního obrazu světa“.*
- III. *Společenská odpovědnost novináře. Tento článek zdůrazňuje skutečnost, že novinářská zpráva je společensky prospěšným jevem, nikoli jen zbožím.*

- IV. *Profesionální integrita novináře. Na základě tohoto článku má novinář právo odmítnout práci, která je v rozporu s jeho osobním přesvědčením či s jinými zásadami osobní etiky.*
- V. *Veřejná dostupnost a participace. Sem patří právo na opravu a odpověď*
- VI. *Úcta k soukromí a lidské důstojnosti*
- VII. *Úcta k veřejnému zájmu. Tato formulace se vztahuje k úctě k „národu, jeho demokratickým institucím a k veřejné morálce.“*
- VIII. *Úcta k univerzálním hodnotám a odlišnosti kultur. Zde se požaduje respekt k lidským právům, společenskému pokroku, svobodě národů, míru a demokracii.*
- IX. *Eliminace války a jiných velkých zel, jimž lidstvo čelí. Tento článek vyžaduje od novináře, aby se zdržel obhajoby agrese a podpory šíření zbraní, násilí a diskriminace.*
- X. *Prosazování nového světového informačního a komunikačního řádu. Tento článek je zaměřen zvláště na potřebu dekolonizace a demokratizace informací a komunikace. (McQuail, 1999, s. 151 - 152)*

Vykonávat profesi novináře není věc jednoduchá a rozhodně není novinářem ten, kdo píše do bulváru, jelikož takovýto „pisálek“ porušuje hned několik článků z onoho kodexu. Tedy ve zkratce, profesionální novinář, ať už se jedná o tištěnou, rozhlasovou nebo televizní žurnalistiku, by měl vždy říkat pravdu, být nestranný, nepředpojatý a slušný, mít respekt k soukromí druhých, odpovědnost ke společnosti a vůči zákonu. Pokud máme takového novináře, je záruka kvalitního zpravodajství, tištěného, rozhlasového či televizního, zaručena.

Mezi hlavní formáty televizního zpravodajství, které nám přinášejí hlavní zdroj informací, můžeme zařadit krátké zpravodajské pořady a hlavní zpravodajské relace. Tyto dva základní programové typy má snad každá televizní stanice.

Krátké zpravodajské pořady jsou pevně zakotveny v programovém vysílacím schématu několikrát za den. Mají svou typickou znělku na úvod i závěr, obsahují pět až šest zpráv dne, které jsou doprovázené slovem moderátora ze studia a jejich délka je okolo pěti minut (toto není však pravidlo, bývají i delší).

Hlavní zpravodajské relace jsou zařazovány na začátek hlavního vysílacího času (tzv. prime time) a přinášejí souhrn toho, co se za celý den událo v České republice i

v zahraničí. Mají svou typickou podobu, kterou jsou charakterizovány – grafika, znělky, předěly, dekorace, upoutávky, titulky... Vždy jsou doprovázeny živým moderátorským vstupem ze studia a jejich délka se pohybuje od patnácti do třiceti minut. Některé televizní stanice mají i jako součást hlavní zpravodajské relace informace ze sportu, ale není to pravidlo, proto některé stanice uvádějí novinky ze sportu jako samostatný pořad. (Osvaldová aj., 2001, s. 79 – 80)

Zpravodajství najdeme opravdu na skoro každé televizní stanici, ovšem i přesto, že se může zdát, že v každém zpravodajství se dozvíme to samé, není to tak zcela pravda. Je možné, že se stanice „vytasí“ se stejným tématem, ale to není důležité, protože vždy je pojato trochu jinak. *„Každá televize preferuje rozdílná hlediska a používá různé skladební postupy při výběru zpravodajských obsahů a jejich sestavování. Akcentují se nejen aspekty společenské důležitosti a významu, ale také zábavnosti, zajímavosti, senzačnosti či atraktivnosti události.“* (Tamtéž, s. 80) A vybírají si nejen stanice, ale i televizní diváci, které zpravodajství jim přijde jako ten správný zdroj informací a kterému věnují čas, a proto televizní stanice mezi sebou stále soupeří.

2.4.1 CO JE OBSAHEM ZPRAVODAJSTVÍ?

Každý, kdo si někdy zapnul televizi, rádio nebo přečetl noviny, ví, co v dnešní době tyto masmédiá nabízejí, ať už se jedná o zábavu (filmy, písničky, křížovky), vzdělávání (vzdělávací pořady, kuchařské tipy) nebo vyjádření svého názoru (dopisy do redakcí). Nikdy ani v jednom z kvalitních masmédií nechybí zpravodajství, dalo by se říci, že zpravodajství je nepostradatelnou součástí, jelikož ho společnost vyžaduje (každého zajímá, co se kde děje). A toto nám dosvědčuje i skutečnost, že zpravodajské relace (hlavně ty televizní) jsou zpravidla zařazovány do tzv. prime time, což je hlavní vysílací čas, kdy většina diváků má televizi zapnutou. Vždy se žurnalisté snaží nalézt to nejdůležitější, nejzajímavější a nejužitečnější pro celou společnost, zda tomu tak je, už musí posoudit každý sám, jelikož každý z nás je jiný a tím pádem má i jiné, své, požadavky a představy o dobrém a pro něj užitečném zpravodajství. (Trampota, 2006, s. 23)

Co takový obsahem zpravodajství může být? Nic jiného než nejstarší žurnalistický útvar - zpráva, která se poté dále dělí například podle rozsahu, časového horizontu a hlavně podle toho v jakém médiu je použita. „Zpráva, co by, základní kámen zpravodajství, je definována jako žurnalistiky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu. Fakta, děje nebo myšlenky při tom pouze zaznamenává, sumarizuje a konstatuje.“ (Osvaldová aj., 2001, s. 24) V žádném případě nic nekomentuje, neanalyzuje a měla by vždy mít následující vlastnosti: novost, aktuálnost, zajímavost, významnost a správnost.

Každé zpravodajství musí vždy ve zprávě zodpovědět základní otázky. V české žurnalistice se jedná o šest základních otázek – Kdo?, Co?, Kdy?, Kde?, Proč? a Jak?; přičemž dvě poslední otázky Proč? a Jak? nemusí být vždy zodpovězeny, většinou jsou tyto otázky doplňující a volí se u delších zpráv. (Tamtéž, s. 24 – 25)

Zpravodajství vysílané prostřednictvím televize je určeno očím a uším diváka zároveň. Zpráva by měla tudíž být propracovaná v obou těchto částech (obrazové i zvukové). Obrazovou složku zprávy tvoří například fotografie, video, trikové efekty, animace, virtuální reality a zvuková složka je zastoupena hlavně mluveným slovem – komentáře, synchronní výpovědi, stand-up, ruchy okolního prostředí. Pokud se tyto dvě složky rozcházejí (na obrazovce je něco jiného, než o čem redaktor či moderátor mluví a naopak) dochází k nesouladu a divák zprávu nemusí zcela pochopit.

„Od zpravodajských příspěvků v televizi se požaduje, aby byl stručný, věcný, hutný, jasný a přesný. Jeho maximální délka se pohybuje kolem 2 minut, včetně studiového úvodu; průměrná stopáž je však 1 minuta 10 sekund a řada příspěvků má pouhých 20-30 sekund.“ (Tamtéž, s. 76) Od toho se odvíjí i kompozice zprávy, tedy jak je zpráva pojata a „naservírována“ divákovi. Základní kompoziční postupy – chronologický, logický, akcentující, jsou historicky zakotvené u tiskového a agenturního zpravodajství, televizní se pouze postupně začalo adaptovat pro své zpravodajství.

Dnes nejčastěji využívá televizní zpravodajství logickou, významovou strukturu, kde se jedná o představení informací tzv. dvoustupňovou obrácenou pyramidu. Tedy, celá zpráva je rozdělena do dvou částí: první část je studiový vstup moderátora, který uvede veškerá důležitá fakta, informace, tedy jádro zprávy a druhou část tvoří obrazový příspěvek, který celou zprávu doplňuje; divákovi je tedy to nejdůležitější pouze

sdělováno, nikoli ukázáno, proto takto podané zprávy, i když tento postup v našich televizních zpravodajských relacích vyhrává, se můžou zdát divákovi nudné.

Další z možností, je kompoziční struktura dynamická, akcentující, ta je založena na tom nejzajímavějším momentu události, který sdělí moderátor. Takto podaná zpráva však může překročit velmi tenkou hranici k bulvarizaci. Poslední z kompozičních struktur, chronologická, se dnes moc nevyužívá¹, bývala používána v počátcích televizního zpravodajství.

Zpráva, jak jsem již výše zmínila, může mít různé podoby. Tedy i televizní zpráva se rozlišuje, můžeme mít: zprávu čtenou (verbální), zprávu obrazovou, zprávu kombinovanou a zprávu reportážní.

Zpráva čtená je nejstarší, jedná se o stručnou informaci (můžeme také říci flešovou), která je většinou přejata ze zpravodajské agentury a jejím úkolem je informovat diváky o události, ke které není žádný obrazový materiál a která se stala v průběhu relace nebo doplnit odvysílanou zprávu o to, co se teprve stane. Je vždy čtena moderátorem ze studia.

Zpráva obrazová je stručným obrazovým záznamem nějaké události, bez zvuku pouze s textem komentáře. Přináší méně zajímavá témata a nepřesahuje délku 30 sekund.

Zpráva kombinovaná je nejrozšířenějším typem televizní zprávy, kde se objevuje kompoziční struktura obrácené pyramidy. Jsou zde použity komentáře, synchronní výpovědi, ohlášení toho nejdůležitějšího moderátorem ze studia a obraz (videa, fotky...). Používá se často u politických a ekonomických událostí, kde fakta nejdou nikterak změnit.

Zpráva reportážní (reportáž) je nejdokonalejší zpracování nějaké události. Měla by vždy mít velmi silné a poutavé téma, které přitáhne diváka, výpovědi svědků a závěr, kde jsou shrnuty podstatné rysy události, případně i následky oné události. (Osvaldová aj., 2001, s. 73 – 86)

¹ Dnes je využívána pouze u Sportovních novin, kde musí časová posloupnost zůstat zachována.

2.4.2 VOLBA SPRÁVNÉHO TÉMATA, ZPRÁVY

Jak jsem již v úvodu kapitoly zmiňovala, každá televizní stanice má svá různá hlediska, podle kterých volí, zda je téma dost zajímavé, aby mohlo být odvysílané. O tom, zda je zpráva natolik důležitá, aby se dostala do vysílání, rozhodují zpravodajové, redaktoři či editoři. David White (1950) pro tuto profesi a zároveň pro svůj výzkum,

výběr vhodných zpráv do médií, použil pojem „gatekeeping“ (hlídání brány) a s tím spojený další pojem „gatekeeper“ (vrátný). Svým výzkumem se snažil přijít na to, podle čeho se mediální obsah vybírá, zda jsou tam nějaké subjektivní předpoklady, ale jelikož svou obsahovou analýzou zjistil, že většina gatekeeperů rozhodovala při výběru zpráv stejně, původní námět toho, že zprávy se vybírají na základně subjektivních pocitů, byl neprokázaný. *„Začalo být zřejmé, že obsah zpravodajských médií má neodbytný sklon formovat se podle shodných pravidel, a že jsou-li zcela odlišné mediální organizace postaveny za srovnatelných podmínek před stejné události, mají tendenci chovat se stejně. Ukazuje se, že lidé rozhodující o výběru zpráv mají velmi ustálenou představu o tom, co asi bude publikum zajímat, a tato představa je v rámci jednoho společensko-kulturního uspořádání do značné míry shodná.“* (Hetherington In: McQuail, 1999, s. 241) Proto vznikl jakýsi koncept „zpravodajských hodnot“, což jsou vlastnosti (důležitost, význam, práh pozornosti, překvapení, dramatickosti, přístup, kontinuita, vztah k elitním národům a elitním osobám, negativita), které musí událost mít, aby byla do zpráv vybrána. (McQuail, 1999, s. 240 – 242) (Trampota, 2006, s. 24 – 29)

„Zpravodajské mediální organizace obvykle pracují v režimu jednoho (nebo více) vydání za čtyřadvacet hodin. Právě proto dává zpravodajství přednost událostem, které vyhovují následujícím kritériím: odehrávají se v krátkém časovém intervalu (jsou náhlé), mají velký rozsah a velkou intenzitu, jsou jasné a jednoznačné, jsou nečekané, mají kulturně blízko k předpokládanému publiku a mají jistou kontinuitu – již se ve zpravodajství vyskytly a korespondují s minulými obrazy a s vytvořeným očekáváním.“ (McQuail, 1999, str. 242) Dalším důležitým parametrem je i technické vybavení a

důležitou roli samozřejmě hraje i to, kdo téma vybírá², jelikož osobnost se zde, i přes koncept zpravodajských hodnot, do jisté míry promítne.

Zprávy je také důležité vybírat podle toho, aby zpravodajská relace splňovala vše, co divákovi již představila jako svůj koncept, jelikož koncept televizní relace má každá stanice svůj a měla by se ho držet a nabídnout divákovi to, proč si onu stanici vybral za svůj každodenní zdroj informací. Tedy, měly by obsahovat tyto typy zpráv: horké novinky (hard news) a doplňující informace (soft news), okamžité zprávy nebo také trháky (spot news), vyvíjející se zprávy (developing news) a průběžné zprávy (continuing news). (Trampota, 2006, s. 30 – 32)

Zda jsou témata zpráv správně vybrána a vhodně zasazena do zpravodajské relace stanice poznají celkem jednoduše, a to na divácké sledovanosti své relace, vždy by však měli dodržovat své základní předpoklady, které si pro výběr zpráv zvolili, jelikož veřejnoprávní a komerční zpravodajství nestojí na stejných základech.

² Do rozhodování o tom, co se do vysílání pustí a co skončí v koši, nerozhoduje pouze jediný člověk, ale několik další lidí, kteří jsou na různých pozicích i postaveních společnosti.

3 MODEROVÁNÍ

Televizní moderátoři zpravodajství nám každý den slibují aktuální informace z domova i ze světa. Věříme jim, jejich úsměvům, i vážným obličejům a celou půl hodinu čekáme, co se od nich dnes dozvíme nového. Právě díky sdělování nových informací mohou být moderátoři zpravodajství považováni za vzory pro mnohé z nás a stejně jako k mnohým pěveckým skupinám či hercům k nim vzhlížíme a dáváme jim to najevo prostřednictvím různých anket, kde obvykle vítězí. Ale jsou mezi námi i tací, kteří profesi moderátora zpravodajství odsuzují, a není to pro ně plnohodnotná práce, za kterou by si zasloužili takovou slávu, uznání a peníze jaké dostávají.

Moderátoři zpravodajství jsou důležitou součástí každé větší televizní stanice. A dle mého názoru, je to zaměstnání jako každé jiné někdy i mnohem náročnější. Není zrovna jednoduché postavit se před kameru a mluvit. Většina lidí, ať jsou jakkoli upovídání, před kamerou jako by ztratili řeč, nelze nalézt ty správná slova. Připravit se na moderování zpravodajství není věc týdne, stojí za tím měsíce příprav. Nejde jen tak ze dne na den si sednout za zpravodajský pultík a začít „číst“ lidem zprávy. Televizní zpravodajství se skládá se tří důležitých složek, jazykové, obrazové a zvukové, a pokud chce být někdo dobrým moderátorem, musí si každou z nich osvojit.

První a zároveň nejdůležitější věcí, kterou se budoucí moderátor televizního zpravodajství musí naučit, je mluvit. Zní to zvláště, mluvit přeci umí každý už od prvního roku života, ale zde, je podstatné, aby řeč byla propracovanější. Jelikož je většina zpravodajství vysílána živě, není možnost žádných oprav projevu, proto musí vše být správně vysloveno. Proto se u zpravodajství tolik dbá na pravidelné kurzy rétoriky, nejen pro začátečníky, ale i ostřílené „profiky“, kde se učí nejen správné mluvě, ale i vhodným nonverbálním prostředkům, které jsou pro projev důležité. Pokud se rétorických dovedností naučí, pak jazyková a zvuková složka dělat problémy nebude.

Druhým a posledním důležitým krokem, ke zvládnutí moderátorské profese je práce s kamerou. Není to jen o tom, hezky se do kamery usmívat, ale ve správný čas se kouknout do té správné kamery, což není jednoduché a opět zatím stojí spousta hodin trénování a sblížování se s tímto strojem, který by měl být pro moderátora spíše kamarádem než nepřítelem.

Všechny složky, tedy jedna druhou, se navzájem doplňují, a pokud chce někdo být dobrým moderátorem, tak není možné, aby ovládal pouze jednu ze složek. Jelikož televize si zakládá na tom, že divák zároveň vnímá obraz, zvuk a jazyk.

3.1 VÝBĚR MODERÁTORA

Výběr moderátora pro komerční a veřejnoprávní zpravodajství je rozdílný, a to již jen díky tomu, že každé zpravodajství nabízí naprosto odlišné pohledy na aktuální události. Ale nezáleží pouze na událostech, které se odehrávají, jde i o celkovou koncepci stanice, která u soukromých stanic oproti veřejnoprávním musí být vystavena naprosto jinak.

Vybrat moderátora do komerčního televizního zpravodajství, se v dnešní době nemusí zdát jako nic složitého. A není divu, poslední dobou se v rolích moderátorů či spíše moderátorek objevují osoby převážně ze světa modelingu. Nedá se říci, že jde o chybný tah, přeci jen televize musí obsáhnout i obrazovou složku a právě atraktivnost moderátorek může přilákat spoustu diváků, možná i mladších, takže vsadit na hezkou tvářičku oproti zkušenostem může být i zárukou úspěchu, ovšem ne vždy. Jelikož i přesto, že by si to šéfové zpravodajství přáli, mladší publikum televizní zprávy nevyhledává a pokud se takový divák chce dozvědět nejnovější zprávy, sáhne raději po jiném médiu, v dnešní době hlavně po internetu.

Ve veřejnoprávním zpravodajství dosáhnout na post moderátora hlavní zpravodajské relace není až tak jednoduché. Nejde jen o sympatičnosti, ale převážně o zkušenost. Všichni současní moderátoři prošli nejprve redaktorskou profesí, kde nasbírali vše potřebné pro svůj kariérní růst. Ovšem nelze říci, že si veřejnoprávní televize vybírá moderátora či moderátorku bez jakéhokoli půvabu, jen oproti komerčním stanicím volí menší hloubku dekolů na úkor vyššího stupně zkušeností.

O tom zda současní veřejnoprávní i komerční moderátoři jsou populární mezi lidmi (a tudíž výběr byl správný), můžeme rozhodnout díky různým diváckým anketám, ale zda mají takovou popularitu jako moderátoři, kteří stáli u počátku televizního zpravodajství, můžeme jen spekulovat. Vávra (2013, s. 89) říká, že „popularitu Lucii Borhyové a většině současných moderátorů a moderátorek zajišťuje pouze jejich

přítomnost na obrazovce, lépe řečeno pocit blízkosti v myslích televizních diváků, do jejichž domácností moderátoři každý večer vstupují.“ (Vávra, 2013, s. 89) A u povahy popularity veřejnoprávních moderátorů je to ještě o něco těžší, už jen díky tomu, že nejsou v takové míře propírání v bulváru a většinou je znají jen ti, kteří zpravodajství na veřejnoprávní stanici sledují pravidelně.

O úspěchu televizní stanice může ve velké míře přispět právě hlavní zpravodajská relace. A jelikož se divákovi může zdát, že celá relace je pod vedením právě moderátorů, jsou to právě oni, kdo mohou vytvořit pocit důvěry a zájem o každodenní starosti diváka. *„Tohoto momentu je třeba maximálně využít. Nelze ovšem očekávat, že ženy nad 40 let, které tvoří nejpočetnější část publika, pojmou důvěru k mladé moderátorce, jejíž jedinou předností a základním komunikačním nástrojem je hluboký dekolt. Mají-li diváci pojmout k moderátorovi důvěru, musí jednak cítit, že toho ví podstatně víc než oni, ale zároveň si k němu musí vytvořit vtaž jako k někomu skutečně blízkému.*“ (Tamtéž, s. 91) Právě proto by se výběr moderátora do hlavní zpravodajské relace neměl podceňovat a měl by probíhat kvalitněji. (Tamtéž, s. 86 – 92)

3.2 JAZYK MODERÁTORA TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Jazyk plní mnoho funkcí, například poznávací, emotivní či apelovou, ale v televizním zpravodajství je tou nejdůležitější funkcí právě funkce komunikativní nebo také sdělovací.

Televizní zpravodajství se vyznačuje rychlostí předávání nové informace velkým masám lidí a také tím, že mezi moderátorem a příjemcem zprávy neboli divákem, je nepřímý kontakt a zpětná vazba je velmi omezena. Tedy i moderátorský projev či jazyková a slohová výstavba textu musí být těmto podmínkám přizpůsoben.

Mezi základní požadavky při sestavování zpravodajského textu můžeme zařadit:

- a) přístupnost a formální obvyklost (normy) – z jazykového hlediska se jedná o takový požadavek, kdy je zapotřebí užívat srozumitelného kódu a jazykových prostředků, kterým všichni rozumí. Musí tedy být použit takový kód, kterému rozumí všichni a tím je spisovná čeština. Samozřejmě, existují výjimky, kdy kód není všem srozumitelný, jako jsou odborné termíny (měly

by být používány s ohledem na diváky), neologismy, chybně vyslovovaná cizí slova, cizí jména, méně používané zkratky, zkratková slova nebo cizí výrazy;

- b) přehlednost – přehledný text je takový, kdy bez jakýchkoli obtíží dokážeme vnímat plynule vazby mezi jednotlivými složkami sdělení. Tedy text by měl být jednoduchý, žádná složitá souvětí, automatizovaný (používání slov, které díky častému užívání divákovi zevšedněly) a využívání různých frází;
- c) jasnost – u zpravodajských textů je jeho jasnost velmi důležitá, jelikož zajišťuje srozumitelnost textu. Za jasný text můžeme považovat takový, který je dobře interpretovatelný a jednotlivá slova podává s dostačující určitostí, přesností a úplností, jednoznačně a nerozporně.
- d) stručnost – je převážně právě u zpravodajství vyžadována. Stručnosti textu dosáhneme různými způsoby, a to buď redukováním zprávy, nebo její kondenzací. Kondenzaci zprávy dosáhneme pomocí:
 - a. volného spojení dvou samostatných vět – dvě jednoduché věty,
 - b. souřadné spojení dvou vět v souvětí – za pomoci souřadné spojky, například „a“, „ale“,
 - c. podřadné spojení dvou vět v souvětí – za pomoci podřadné spojky, například „aby“, „když“,
 - d. spojení s polovětnou vazbou – spojení větného členu a věty, například odehrávající se, věnované,
 - e. plně nominalizované vyjádření – kdy jedno sloveso spojuje dvě věty.

Tyto požadavky, které by měly být splněny, můžeme shrnout pod jednu velkou kategorii, kde by zpravodajský text měl ve velmi krátkém čase zprostředkovat informace velké mase lidí.

Do druhé kategorie se řadí objektivita, která by měla mít vlastnosti, jako jsou například věcnost nebo citová, výrazová a hodnotová neutrálnost. Moderátorský text by měl za každých okolností být objektivní, tedy bez jakéhokoli subjektivního postoje moderátora. V případě, že by projev obsahoval prvky subjektivity, mohl by být považován za zkreslující nebo i manipulativní. A nemusí se jednat pouze o projev, subjektivitu nalezneme i v titulcích, kterými se televizní stanice snaží diváka „navnadit“ na sledování reportáže, a to by se nemělo stávat, jelikož právě objektivita,

jak bylo již řečeno výše, je i jedním z důležitých pilířů zpravodajství. (Osvaldová aj., 2011, s. 117 – 133)

3.2.1 VERBÁLNÍ X NONVERBÁLNÍ KOMUNIKACE MODERÁTORA

Komunikace neprobíhá pouze tehdy, když používáme slova a tvoříme věty, ale skládá se z více forem. Konkrétněji tedy z verbální, což je právě ona slovní komunikace, kdy potřebujeme slova, abychom něco sdělili a z nonverbální, která funguje bez pomoci slov, vyplývá z řeči těla a z aktuální situace při komunikaci.

Verbální komunikace je nejčastější způsob dorozumívání, i přesto může být často zkreslená, jelikož většina slov je mnohoznačných. Jedná se tedy o komunikaci slovní a může být prezentována buď mluvenou (zvukovou, fonetickou) nebo psanou (grafickou) řečí. Během verbální komunikace užíváme:

- a) řeč (zvukový projev člověk), která by měla být vždy správně artikulována, aby nedošlo k šumům a tedy rozporuplné komunikaci, ze které nebude známo, co mělo být sděleno. Řeč je člověku vrozena.

a

- b) jazyk, tedy znakový systém, který obsahuje určité symboly (slova) a je tedy nutné si ho pro správnou komunikaci osvojit, což je otázka učení již od raného dětství.

Poté společně řeč a jazyk tvoří verbální komunikaci. „*U té jsou vždy přítomni alespoň dva účastníci, komunikátor, který má na starosti sdělení a recipient, jenž sdělení přijímá. U slovního projevu tak probíhají dva děje zároveň, **mluvení** (uskutečňuje komunikátor) a **naslouchání** (uskutečňuje recipient), u psané formy řeči jsou tyto děje vystřídány psáním a čtením. Obecně tak dochází v prvním případě ke **kódování** řeči a ve druhém k **dekódování** řeči.*“ (Mareš, Křivohlavý, 1995, s. 57)

Nonverbální komunikace je opak verbální a nejsou zde zapotřebí slova, v podstatě tento typ komunikace nahrazuje řeč. Může se zdát, že nonverbální komunikace slouží spíše jako doplněk té verbální, ale opak je pravdou. Díky komunikaci pomocí řeči těla

můžeme i poznat jaký člověk je, například zda během komunikace mluví pravdu, a to právě díky tomu, že verbální a nonverbální prvky spolu neladí.

Mezi základní druhy nonverbální komunikace patří:

- a) mimika neboli výrazy obličeje – nejrychlejší způsob zjištění aktuálního rozpoložení
 - *„odráží osobní vlastnosti; každý má svůj „typický“ výraz obličeje*
 - *jejím prostřednictvím se signalizuje emoce, například radost, strach*
 - *prozrazuje vnitřní stanovisko jednotlivce, například souhlas, překvapení*
 - *mimika reguluje průběh interakcí, např. prostřednictvím zvedání obočí nebo vraštění čela‘‘; (Allhoff, Allhoff, 2008, s. 26)*
- b) gestika neboli pohyby rukou – většinou řeč jen doprovázejí a jen občas nahrazují. Při použití příliš přehnaných gest můžou spíše působit jako rušivý element;
- c) kinezika neboli pohyby těla – její součástí je právě gestika;
- d) haptika neboli doteky – jedná se například o podání ruky, které je v mnohých případech rozhodující (většina lidí soudí podle stisku ruky);
- e) proxemika neboli vzdálenost mezi komunikujícími – jako vzdálenost od sebe komunikující udržují, například partneři stojí v těsné blízkosti u sebe, ale pokud mluvím s někým cizím, udržuji si větší odstup (vzdálenost), jelikož nevím, co můžu čekat;
- f) posturika neboli postoj celého těla - je o tom, jaký lidé během komunikace zaujmou postoj vůči ostatním, například jeden je dominantnější a tak zvolí postoj, aby to bylo znát, či komunikační partneři si jsou rovni a podle toho také vždy volí svůj postoj vůči druhému;
- g) vizika neboli oční kontakt - pokud je člověk nervózní, oční kontakt klesá, je nutné ho udržet, jinak projev nebude věrohodný; u televize je nutné se zpřímá dívat do kamery, což přímý oční kontakt nahrazuje.

Součástí verbální a nonverbální komunikace či spíše středem mezi těmito druhy komunikace je paralingvistika. (Křivohlavý, 1988 s. 33 – 87) *„Paralingvistika představuje tu složku hlasového projevu, která je mimoslovní a umožňuje nám záměrně manipulovat hlasem. Nemůžeme ji zaznamenat písemně. V praxi se jedná zejména o*

měnění hlasitosti, plynulosti a tempa řeči a její členění.“ (Leško, 2008, s. 34) Při běžné mluvě rozpoznáváme různé hlasitosti (šeptání, křičení), rychlost a plynulost řeči, intonaci, chyby v řeči nebo kvalitu řeči. Vše můžeme přiřadit k vlastnostem hlasu, který je každému vrozen a dokáže se měnit podle psychického rozpoložení. (Tamtéž, s. 34) Pro kvalitní projev je důležité se naučit, co nejlépe využívat paralingvistické prvky, které jeho hlas nabízí, různé střídání hlasových poloh, a ne stálá monotónnost projevu, je základem úspěchu. Právě tím dokážou nejen televizní zpravodajští moderátoři zaujmout.

Verbální a nonverbální komunikace, jak již bylo řečeno výše, většinou vystupují společně. Základním rozdílem je, že verbální komunikace je v podstatě stále doprovázena nonverbální komunikací, kdežto nonverbální komunikace může být používána samostatně bez jakékoli známky verbální komunikace a v tomto případě ji nahrazuje.

3.3 PŘÍPRAVA NA MODEROVÁNÍ TELEVIZNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Televizní zpravodajství, ať komerční nebo veřejnoprávní, je jako jeden z mála pořadů vysíláno živě a od toho se odvíjí i celková příprava moderátora. Nemůže si jen tak sednout či stoupnout před kameru a něco „odrecitovat“.

Živé vysílání může mít mnohá úskalí a nejen pro moderátora. Jakmile se kamera zapne, nesmí dojít k žádným technickým ani moderátorským chybám, jelikož vše, co se stane, divák vidí. Vše by tedy mělo být předem odzkoušeno, jak moderátor, který by se měl rozmluvit, tak technika – kamera, zvuk. Ovšem i přesto se může stát, že i přes kompletní zkoušku, se může cokoli pokazit, přeci jen jsme otroci techniky, ale i na takovou situaci musí být televizní štáb připraven.

Moderátor hlavní televizní zpravodajské relace musí být připraven na:

- reportáže, které bude svým slovem uvádět, a ono slovo si i připravit,
- předávání slova svému kolegovi (u veřejnoprávní televize tento bod odpadá, jelikož zde uvádí zpravodajství jeden moderátor, kdežto u soukromých stanic je to dvojice (většinou muž – žena),

- případné živé vstupy redaktorů, například z místa události či s doplňujícím rozhovorem k reportáži,
- postoj a pohyby těla v prostoru (toto se týká veřejnoprávního zpravodajství, kde moderátor při svých vstupech stojí, komerční zpravodajství je moderováno ze židle – moderátoři sedí, tam je důležité si dát pozor na správné posazení na židli),
- různé pohyby kamer a hlídání si té, do které má v kterou chvíli mluvit,
- možné vypadnutí čtecího zařízení, v tu chvíli musí být připraven improvizovat a úvodní slovo k reportáži říct z paměti, popřípadě přečíst z předem připraveného papíru (proto je někdy lepší spoléhat na lepší přípravu než na techniku).

Samozřejmě ještě k tomu musí moderátoři projít maskérnou a kostymérnou. A právě kostymérna může také zabrat spoustu času, hlavně u komerčních stanic, kde jsou dva moderátoři a tudíž se kostymérky snaží, aby k sobě ladili, což se někomu může zdát jako jakýsi nepodstatný detail, ale komerční stanice to řeší. Moderátoři musí působit sladě a moderně. U veřejnoprávní stanice je to obdobně, ale zde si spíše zakládají na elegantním vzhledu moderátora.

Profese moderátora televizního zpravodajství není opravdu nic jednoduchého. Již jen kvůli tomu, že za zpravodajství, z pohledu diváka, moderátor zodpovídá.

PRAKTICKÁ ČÁST

4 VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE, HYPOTÉZY A METODA VÝZKUMU

Následující část práce se zabývá výzkumem moderátorského projevu v českém televizním zpravodajství, konkrétně zjištěním oceňovaných a odmítaných forem toho projevu z hlediska televizního diváka ve věku 19 – 26 let v kontextu komerčního a veřejnoprávního zpravodajství.

VÝZKUMNÝ CÍL

Cílem bakalářské práce bylo identifikovat publikem oceňované nebo odmítané formy moderátorského projevu, a to z hlediska televizního diváka v kontextu komerčního a veřejnoprávního zpravodajství.

Hlavní otázky výzkumu jsou definovány takto:

1. Jak často diváci ve věku od 19 do 26 let sledují televizní zpravodajství?
2. Sledují televizní zpravodajství více studenti nebo lidé, co již v těchto letech pracují?
3. Které televizní stanice (veřejnoprávní x komerční) dávají přednost a z jakého důvodu?
4. Vyžadují diváci od moderátora televizního zpravodajství spisovnou češtinu?
5. Dokáže moderátor(ka) televizního zpravodajství ovlivnit diváka?

HYPOTÉZY

Na základě výše zmíněných cílů jsme si stanovili hypotézy, které se výzkum bude snažit buď potvrdit, nebo vyvrátit. Hypotézy byly odvozeny z literárních podkladů.

Hypotéza č. 1: Televizní zpravodajství sledují častěji lidé s vyšším vzděláním.

Hypotéza č. 2: Diváci ve věku od 22 do 24 let dávají přednost televiznímu zpravodajství veřejnoprávní stanice.

Hypotéza č. 3: Divák ve věku od 19 do 26 let si vybírá zpravodajství dle moderátora.

Hypotéza č. 4: Atraktivita moderátora(ky) televizního zpravodajství je pro diváky ve věku 25 let a více nepodstatná.

Hypotéza č. 5: Spisovná čeština je základ pro kvalitní moderátorský projev.

Hypotéza č. 6: Moderátor svým projevem může ovlivnit vnímání zpráv divákem.

VÝZKUMNÝ VZOREK

Respondenti, kteří se výzkumu účastnili, byli ve věku od 19 do 26 let, studující i nestudující, toto kritérium se následně v dotazníku rozlišovalo. Celkem se výzkumu zúčastnilo 150 respondentů, z toho 34 mužů a 116 žen.

VÝZKUMNÁ METODIKA

Výzkum byl proveden kvantitativní metodou formou dotazníku, ten byl zvolen z důvodů získání, co největšího množství dat v daném termínu. Respondentům byl položen dotazník, který obsahoval 15 uzavřených otázek, kde si z možností mohli vždy jednu vybrat, a jedné otevřené otázky, kde vyplnili svůj věk.

Celý dotazník byl koncipován do několika částí či okruhů otázek. První část, měla za úkol zjistit, kdo je účastníkem dotazování, tedy jeho pohlaví, věk a zda je studentem či nikoli. V další, druhé části, se otázky týkaly již televizního zpravodajství, konkrétně zda je respondentem sledováno, jak často a jestli je s jeho dosavadní úrovní spokojen. Tato část sloužila také k tomu, aby vyřadila ty respondenty, kteří televizní zpravodajství nesledují, tudíž jejich odpovědi na následující otázky by byly neobjektivní. Třetí část dotazníku, se týkala již konkrétního zpravodajství, kterému dávají účastníci přednost a proč v jejich očích vítězí právě toto zpravodajství, té určité stanice a zda touto volbou stojí i moderátor a jeho projev. Čtvrtá a poslední část, se věnuje televiznímu

zpravodajství jako zdroji informací, tedy zda je pro diváka důvěryhodné a obsahuje objektivní a pravdivé informace.

Kompletní dotazník i s možnostmi odpovědí je k dispozici v příloze.

ČASOVÁ ORGANIZACE VÝZKUMU PODLE JEHO ČÁSTÍ

Výzkum probíhal v období od 24. ledna do 7. února 2015 prostřednictvím internetového formuláře, jenž byl pomocí internetu rozeslán potenciálním respondentům. Jeho následné vyhodnocení probíhalo od 18. do 21. února 2015 prostřednictvím tabulkového procesoru MS Excel.

Nejprve byly odpovědi rozděleny do tabulek podle pohlaví (muži x ženy), věku (19 – 21 let, 22 – 24 let, 25 let a více) a vzdělání (studující x nestudující), a to pro lepší orientaci v odpovědích, jelikož právě tyto charakteristiky respondentů byly podstatné při vyhodnocování výzkumu.

Poté byly postupně analyzovány jednotlivé otázky. Každá vždy obecně z celkového počtu respondentů a některé vybrané ještě z různých demografických pohledů (podle věku, vzdělání, pohlaví), aby byl splněn cíl práce.

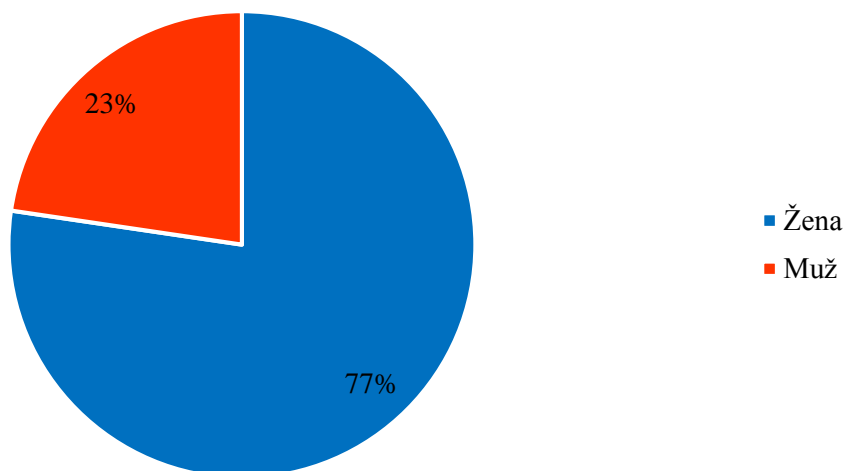
5 VÝSLEDKY VÝZKUMU

5.1 CHARAKTERISTIKA RESPONDENTŮ

První tři otázky dotazníku rozřídily respondenty dle věku, pohlaví a vzdělání, a to následně:

Celkově se dotazníkového šetření zúčastnilo 150 respondentů. Z toho 116 žen a 34 mužů, vždy však ve věku od 19 do 26 let.

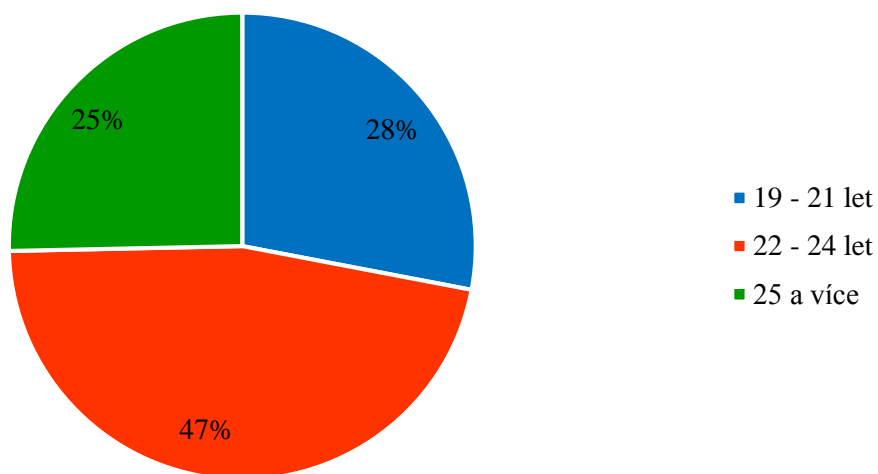
Graf č. 1: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní šetření

Podle věku byli respondenti rozděleni do tří kategorií. První byla od 19 do 21 let, tam bylo zařazeno 42 účastníků (13 mužů, 29 žen). Druhá skupina se týkala věkového rozmezí od 22 do 24 let – 70 dotazovaných (59 žen, 11 mužů). A poslední skupina 25 let a více čítala 38 respondentů (28 žen, 10 mužů).

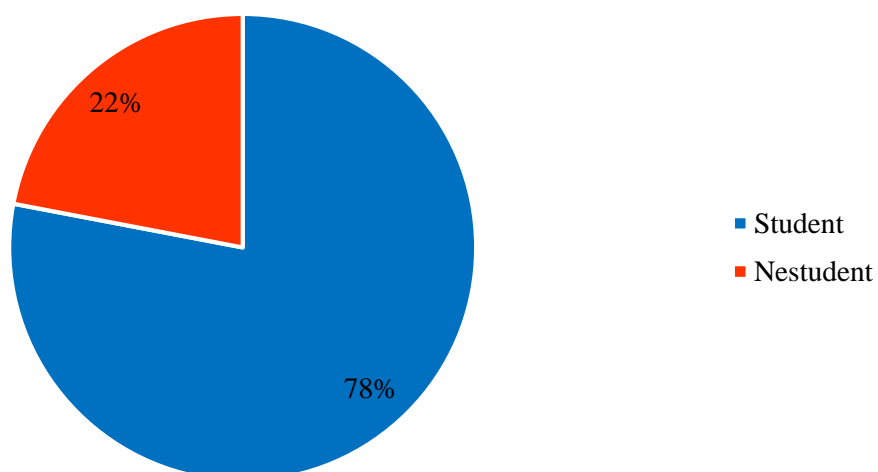
Graf 2: Věk respondentů



Zdroj: Vlastní šetření

Poslední možností, jak rozdělit účastníky bylo vzdělání. Většina 117 odpovídajících –(97 žen a 20 mužů) jsou studenty a 33 respondentů (19 žen, 14 mužů) se studiu nevěnuje.

Graf č. 3: Vzdělání respondentů

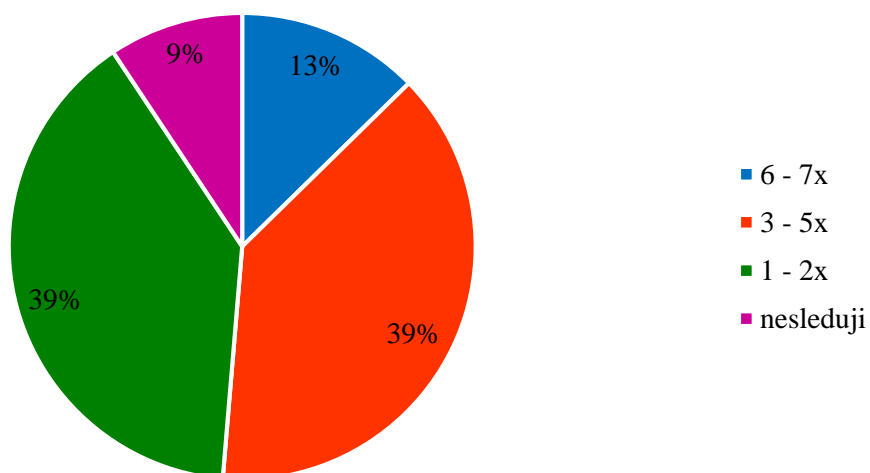


Zdroj: Vlastní šetření

5.2 TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ A JEHO VNÍMÁNÍ DIVÁKY

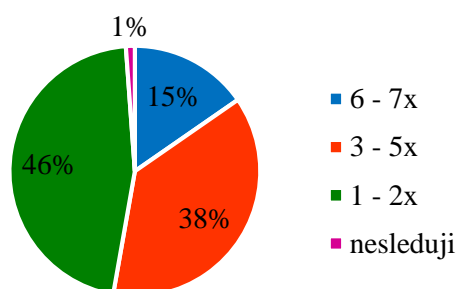
Čtvrtá otázka se týkala průměrné sledovanosti televizního zpravodajství za týden. Nejčastější odpověď byla 1 – 2x týdně, kterou si vybralo 59 respondentů (49 žen, 10 mužů), druhou nejčastější 3 – 5x zvolilo 58 účastníků (42 žen, 16 mužů), 6 – 7x sleduje televizní zpravodajství 19 lidí (13 žen, 6 mužů) a 14 respondentů (12 žen, 2 muži) nesleduje televizní zpravodajství vůbec. Ti, kteří zvolili variantu poslední, tedy, že nesledují televizní zpravodajství, byl dotazník ukončen.

Graf 4: Sledovanost televizního zpravodajství za týden



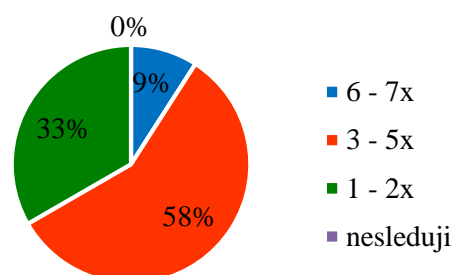
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 5: Sledovanost televizního zpravodajství za týden studenti



Zdroj: Vlastní šetření

Graf 6: Sledovanost televizního zpravodajství za týden nestudenti

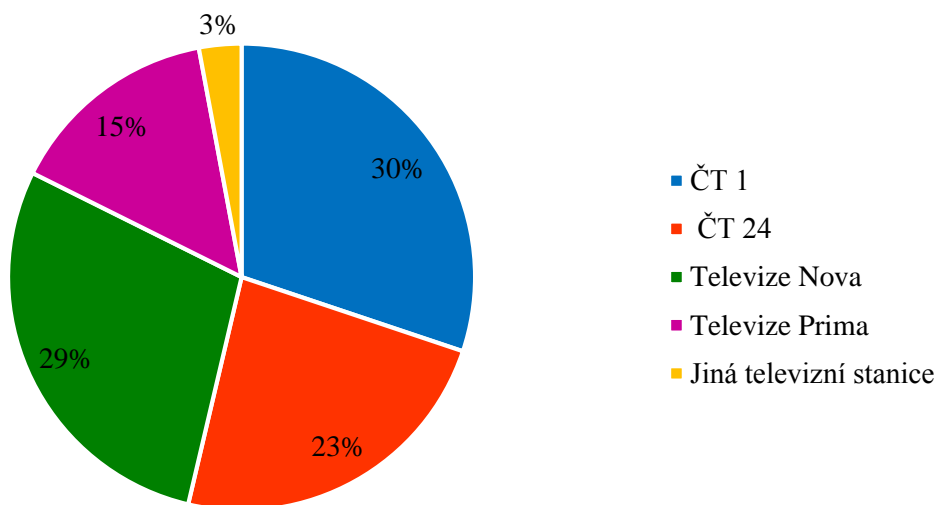


Zdroj: Vlastní šetření

Pátá otázka, na kterou odpovídalo již pouze 136 dotázaných (104 žen, 32 mužů), zkoumala skutečnost, zda jsou diváci spokojeni s úrovní českého zpravodajství. 76 účastníkům (56%) – 61 žen, 15 mužů se současná úroveň nelíbí a ti, jenž jsou se zpravodajstvím spokojeni je 60 dotázaných (44%) – 43 žen, 17 mužů. V této otázce byla ještě jedna, třetí, možnost odpovědi, a to: „nesleduji televizní zpravodajství, je mi to jedno.“. Tato varianta odpovědi měla za úkol vyřadit ty účastníky, kterým televizní zpravodajství nic neříká, pokud tak již nečinila předchozí otázka. Tuto možnost, však žádný z dotázaných nezvolil.

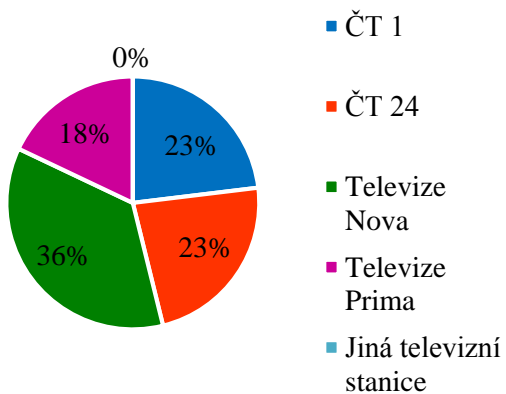
Otázka šestá - „Které televizní stanici dáváte přednost při sledování televizního zpravodajství?“. Nejvyhledávanější televizní stanici při sledování televizního zpravodajství je ČT 1 – 41 respondentů (32 žen, 9 mužů), druhou nejvyhledávanější stanicí je televize Nova, kterou zvolilo 39 účastníků (31 žen, 8 mužů), 32 dotázaných (20 žen, 12 mužů) sleduje zpravodajství na ČT 24, komerční televizi Prima volí 20 respondentů (18 žen, 2 muži) a 4 ze zbylých účastníků (3 ženy, 1 muž) při své volbě uplatňuje některou z ostatních televizních stanic.

Graf 7: Oblíbená televizní stanice



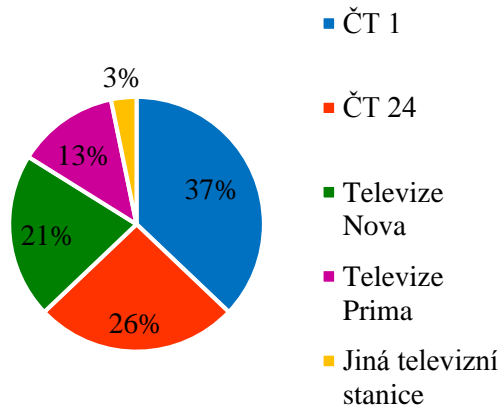
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 8: Oblíbená televizní stanice
věková kategorie 19 - 21 let



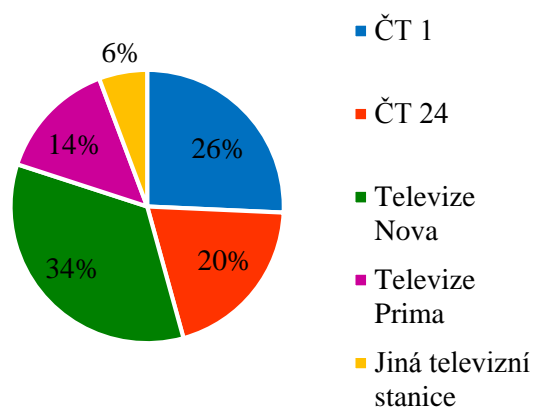
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 9: Oblíbená televizní stanice
věková kategorie 22 - 24 let



Zdroj: Vlastní šetření

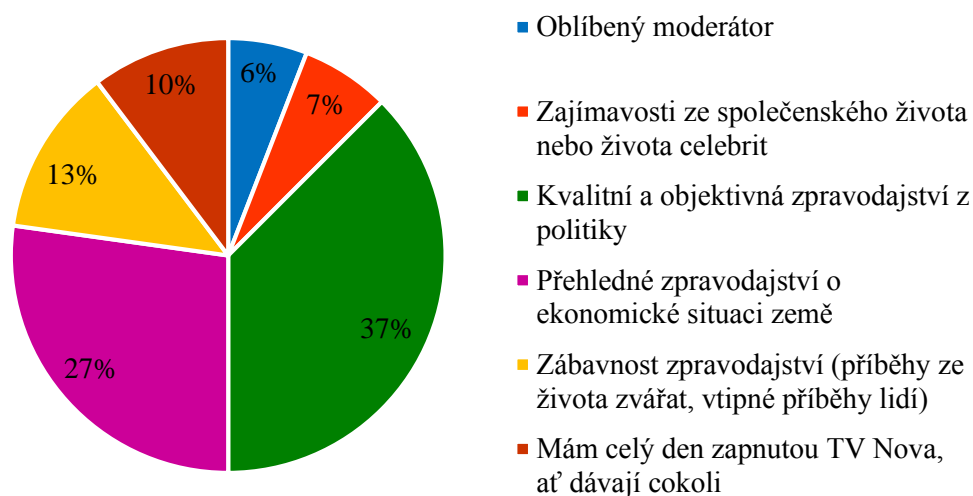
Graf 10: Oblíbená televizní stanice
věková kategorie 25 let a více



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 7 ukazuje důvod, proč divák volí právě tu jeho stanici. Nejčastější si diváci vybírají stanici podle toho, že má kvalitní a objektivní zpravodajství z politiky, konkrétně 51 dotázaných (33 žen, 18 mužů), druhým kritériem je přehledné zpravodajství o ekonomické situaci země, které preferuje u své stanice 37 účastníků (30 žen, 7 mužů), díky zábavnosti zpravodajství volí svou stanici 17 respondentů (15 žen, 2 muži), 14 dotázaných (13 žen, 1 muž) odpovědělo: „Mám celý den zapnutou TV Nova, ať dávají cokoli.“, zajímavosti ze společenského života si vybírá 9 účastníků (8 žen, 1 muž) a televizní zpravodajství na svém oblíbené televizní stanici sleduje díky oblíbenému moderátorovi 8 respondentů (5 žen, 3 muži).

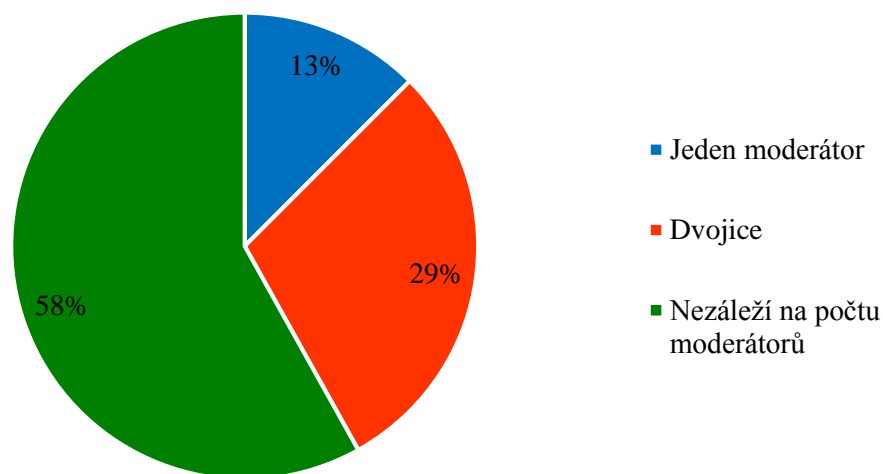
Graf 11: Důvod oblíbenosti televizní stanice (televizního zpravodajství)



Zdroj: Vlastní šetření

Následující otázka zjišťuje, zda je pro diváka sympatičtější, když moderuje televizní zpravodajství jeden moderátor nebo dvojice moderátorů. Pro jednoho moderátora se vyjádřilo 17 dotazovaných (12 žen, 5 mužů) a pro 40 účastníků (32 žen, 8 mužů) je zpravodajství zajímavější, když ho uvádí dvojice moderátorů. Pro zbytek, tedy 79 respondentů (60 žen, 19 mužů), není důležité, kolik moderátorů zpravodajství uvádí.

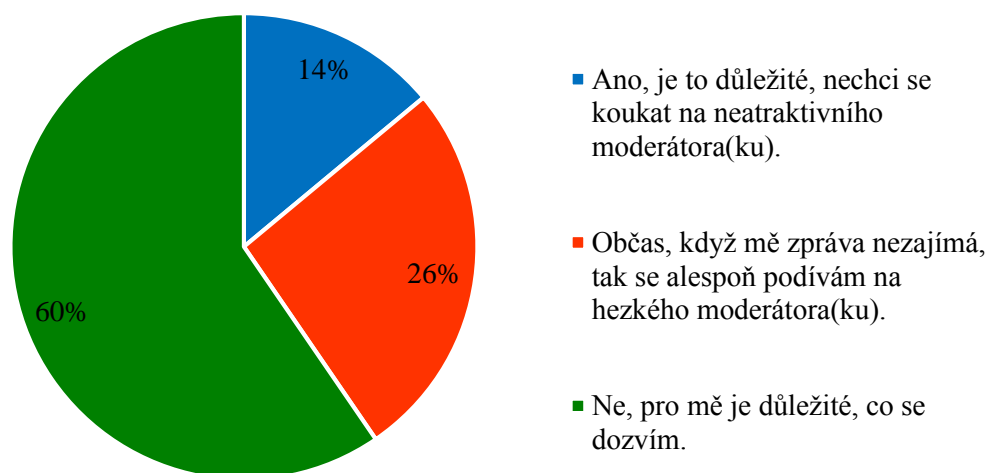
Graf 12: Počet moderátorů televizního zpravodajství



Zdroj: Vlastní šetření

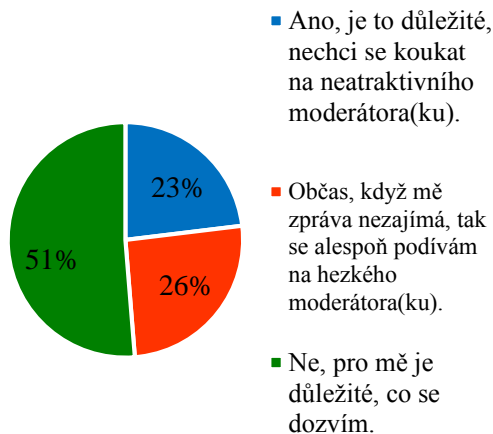
Devátá otázka nám zobrazuje, zda je pro diváka důležitá atraktivnost moderátora. Pro 19 respondentů (11 žen, 8 mužů) je vzhled moderátora důležitý, 81 dotazovaných (67 žen, 14 mužů) ho vůbec neřeší a 36 účastníků (26 žen, 10 mužů) si na vzhledu moderátora zakládá pouze tehdy, je-li zpráva pro něj nezajímavá.

Graf 13: Atraktivnost moderátora



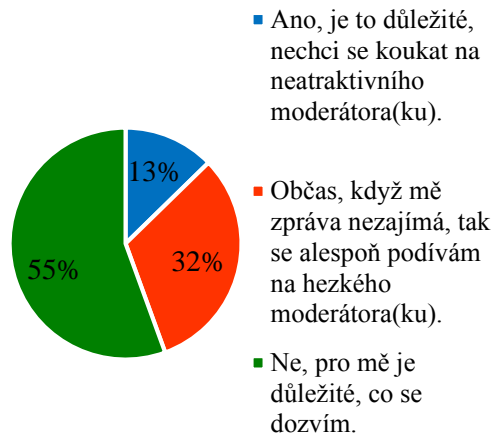
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 14: Atraktivnost moderátora
věková kategorie 19 - 21 let



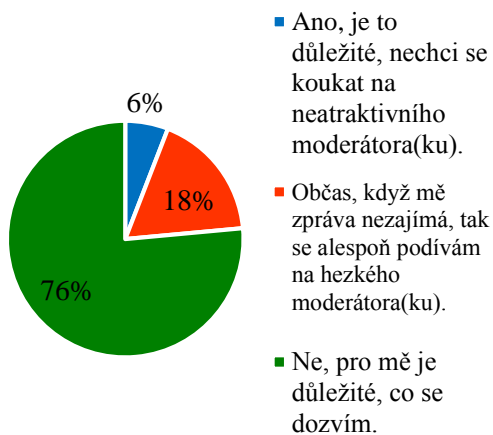
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 15: Atraktivnost moderátora
věková kategorie 22 - 24 let



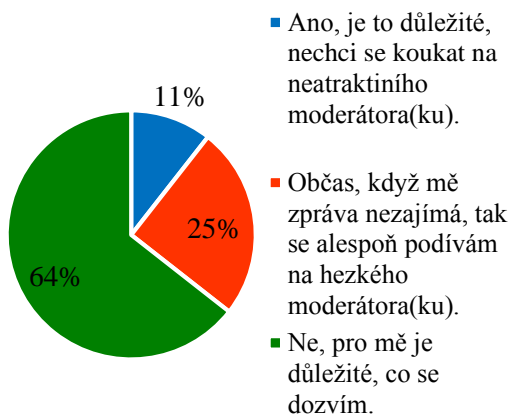
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 16: Atraktivnost moderátora
věková kategorie 25 let a více



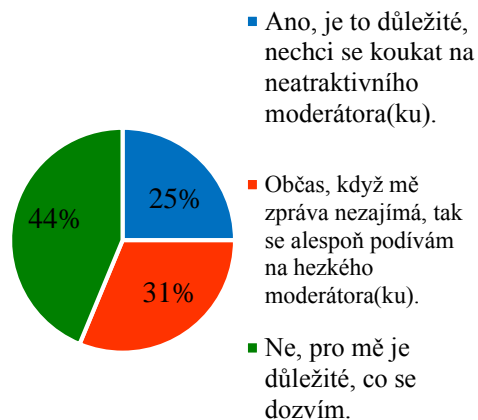
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 17: Atraktivnost moderátora ženy



Zdroj: Vlastní šetření

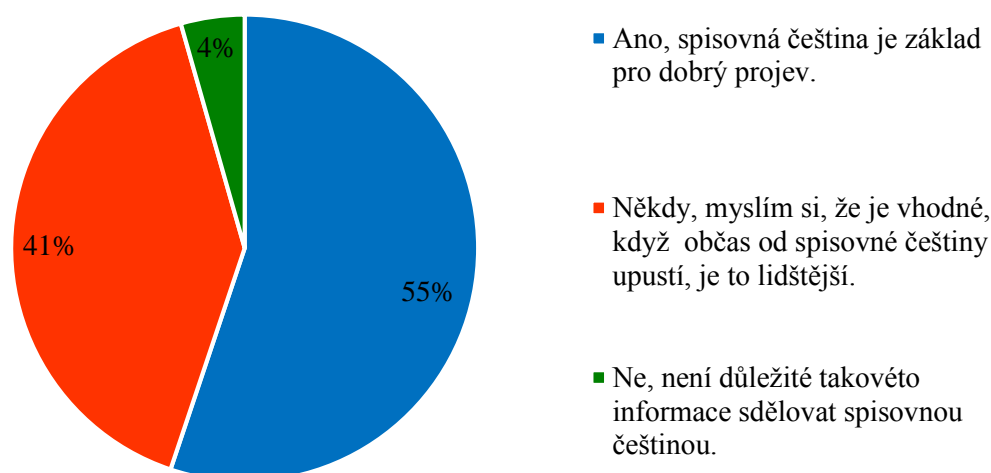
Graf 18: Atraktivnost moderátora muži



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 10 prezentuje to, zda je podstatné při moderování televizního zpravodajství používat spisovnou češtinu. Více jak polovina respondentů - 75 (59 žen, 16 mužů) si myslí, že spisovná čeština je pro moderátora základ, 55 dotazovaných (41 žen, 14 mužů) je pro, když moderátor někdy spisovné slovo nahradí nespisovným a 6 účastníků (4 ženy, 2 muži) spisovnou češtinu nepokládá za něco důležitého při této profesi.

Graf 19: Spisovná čeština moderátora

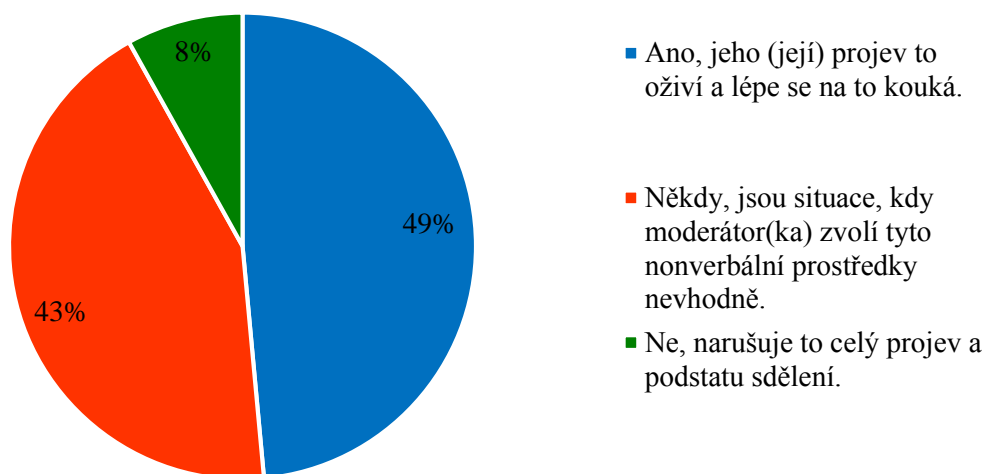


Zdroj: Vlastní šetření

Další otázka odpovídá na to, zda divákům vadí, když nerozumím některým slovům, které moderátor během svého projevu používá. 76 respondentům (60 žen, 16 mužů) cizí či neznámá slova vadí a 60 dotazovaných (44 žen, 16 mužů) s neznámými slovy nemá problém.

Otázka dvanáctá se týká nonverbální komunikace moderátora, tedy jestli je vhodné, když ji během projevu využívá. 66 dotázaných (46 žen, 20 mužů) se domnívá, že komunikace beze slov, by používána být měla, 11 účastníků (9 žen, 2 muži) tento druh komunikace odmítá a 59 respondentům (49 žen, 10 mužů) bezeslovná komunikace nevadí, jen v případě, že zapadá do projevu a nikterak ho nenarušuje.

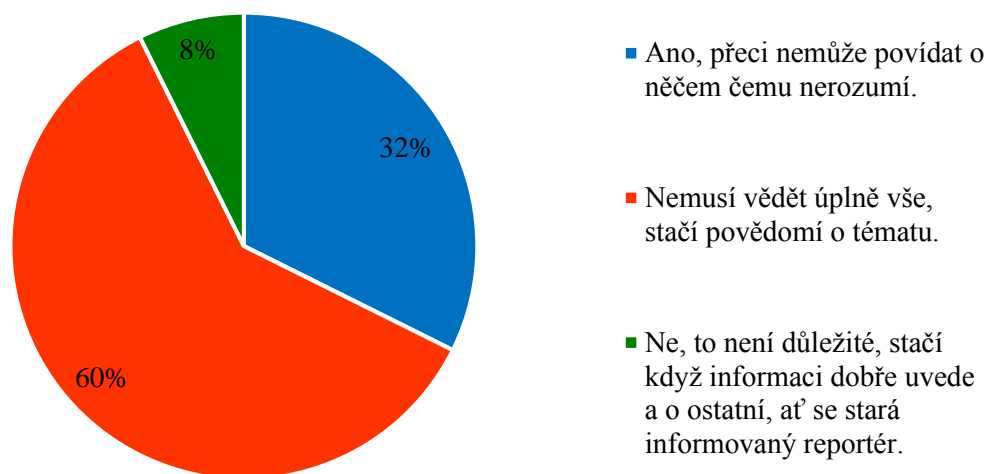
Graf 20: Nonverbální komunikace moderátora



Zdroj: Vlastní šetření

Ve třinácté otázce se ptáme, zda by měl moderátor vše vědět o tématu, které bude divákům prezentovat. 82 účastníků (64 žen, 18 mužů) se spokojí, když moderátor má pouze jakési povědomí o tématu, 44 dotazovaných (32 žen, 12 mužů) si myslí, že by vždy měl být plně informován a 10 respondentům (8 žen, 2 muži) postačí, když bude informace jen správně uvedena, více od moderátora neočekává.

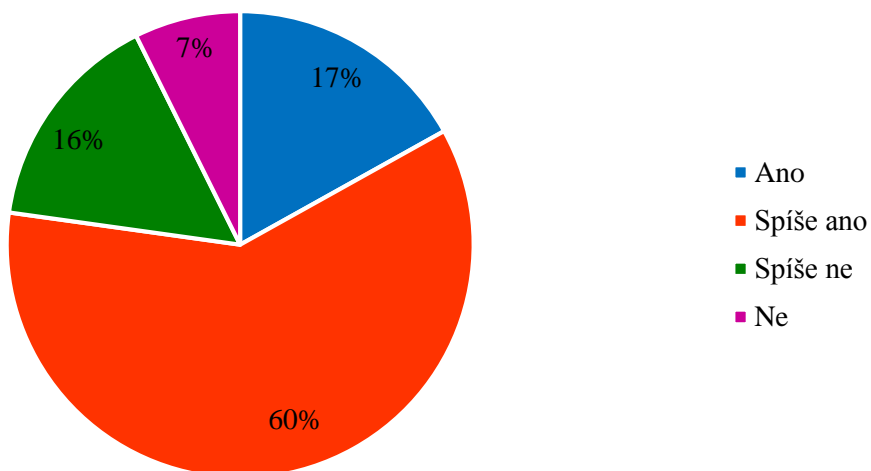
Graf 21: Znalost moderátora



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 14 nám ukazuje, jestli diváci televiznímu zpravodajství na své zvolené stanici důvěřují. Televiznímu zpravodajství důvěřuje 23 respondentů (13 žen, 10 mužů), spíše televiznímu zpravodajství důvěřuje 82 lidí z dotázaných (68 žen, 14 mužů), spíše nedůvěřuje 21 dotázaných (16 žen, 5 mužů) a nedůvěřuje mu 10 účastníků (7 žen, 3 muži).

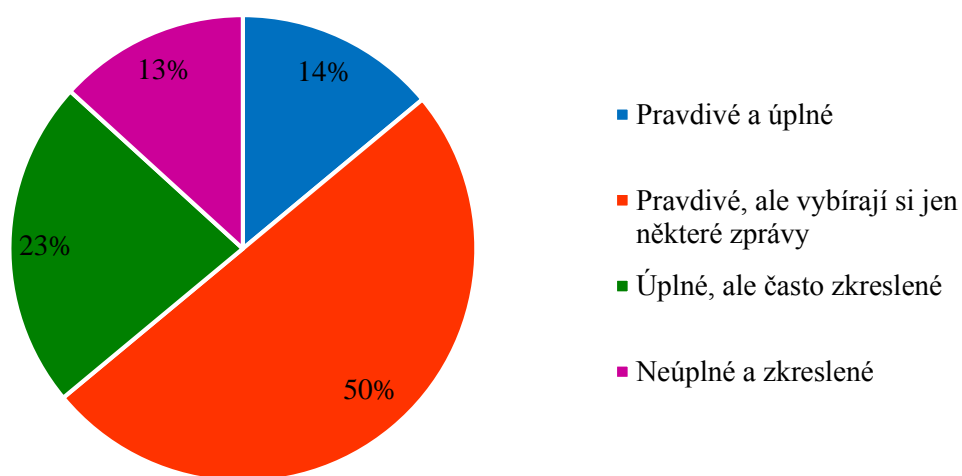
Graf 22: Důvěra v televizní zpravodajství



Zdroj: Vlastní šetření

Patnáctá otázka ukazuje, co si diváci myslí o televizním zpravodajství, jaké pro ně je. Většina dotazovaných – 68 (53 žen, 15 mužů) se domnívá, že televizní zpravodajství je pravdivé, ale často neúplné, 31 respondentů (27 žen, 4 muži) si myslí, že je úplné, ale často zkreslené, 19 účastníků (13 žen, 6 mužů) svému zpravodajství důvěřuje, tudíž pro ně je pravdivé a úplné a 18 z účastníků dotazování (11 žen, 7 mužů) o zpravodajství smýšlí jako o neúplném a zkresleném.

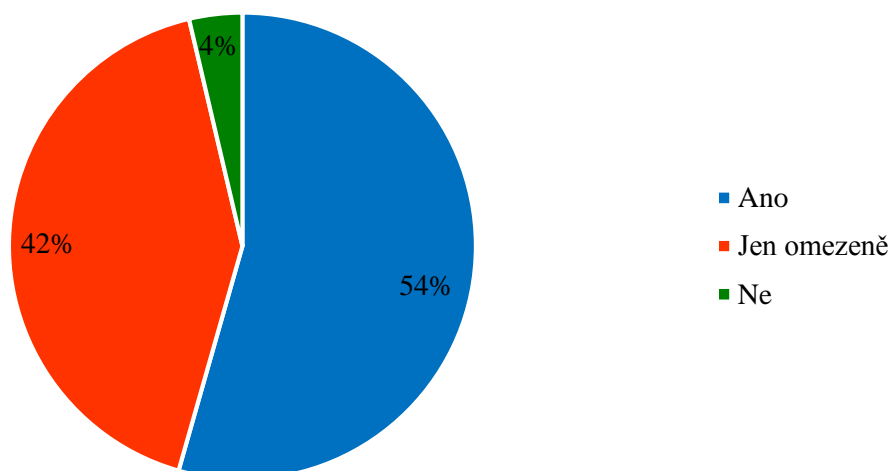
Graf 23: Povaha televizního zpravodajství



Zdroj: Vlastní šetření

Poslední otázka se dotýká moderátora televizního zpravodajství, zda je možné, aby svým výkonem posílil celkové vyznění zpráv. 74 respondentů (57 žen, 17 mužů) si myslí, že ano, moderátor takovou „moc“ má, 57 dotazovaných (43 žen, 14 mužů) se domnívá, že ji má, ale jen omezenou a pouhých 5 účastníků (4 ženy, 1 muž) dotazování si myslí, že v žádném případě se nic podobného stát nemůže.

Graf 24: Role moderátora



Zdroj: Vlastní šetření

5.3 INTERPRETACE A DISKUZE VÝSLEDKŮ

Na počátku výzkumu byly stanoveny hypotézy, které mělo dotazníkové šetření buď potvrdit, nebo vyvrátit.

Hypotéza č. 1: Televizní zpravodajství sledují častěji lidé s vyšším vzděláním.

První hypotéza není výzkumem potvrzena. Jelikož více, konkrétně 3 – 5x se na televizní zpravodajství za týden dívají ti, kteří se studiu v tomto věku již nevěnují. Zatímco studenti televizní zpravodajství týdně sledují 1 – 2x. Hodnoty dokazují Graf 5: Sledovanost televizního zpravodajství za týden studenti a Graf 6: Sledovanost televizního zpravodajství za týden nestudenti.

Hypotéza č. 2: Diváci ve věku od 22 do 24 let dávají přednost televiznímu zpravodajství veřejnoprávní stanice.

Tuto hypotézu výzkum dle grafu 9: Oblíbená televizní stanice věková kategorie 22 – 24 let potvrdil. Většina diváku v tomto věku volí zpravodajství ČT 1 nebo ČT 24, což byla druhá nejčastější odpověď respondentů tohoto věku.

Naopak nejmladší a nejstarší účastníci výzkumu, tedy věková kategorie 19 – 21 let a 25 let a více, volí spíše komerční zpravodajství, konkrétně televizi Nova, to nám dokazují Graf 8: Oblíbená televizní stanice věková kategorie 19 – 21 let a Graf 10: Oblíbená televizní stanice věková kategorie 25 let a více.

Hypotéza č. 3: Divák ve věku od 19 do 26 let si vybírá zpravodajství dle moderátora.

Třetí hypotéza byla výzkumem vyvrácena. Dle grafu č. 11: Důvod oblíbenosti televizní stanice (televizního zpravodajství) si diváci vybírají zpravodajství hlavně podle kvalitního a objektivního zpravodajství z politiky. Oblíbenost moderátora je důležitým prvkem pouze pro 8 lidí z dotazovaných.

Hypotéza č. 4: Atraktivita moderátora(ky) televizního zpravodajství je pro diváky ve věku 25 let a více nepodstatná.

Tato hypotéza byla grafem 16: Atraktivnost moderátora věková kategorie 25 let a více potvrzena. Divák, bez rozdílu pohlaví, vnímá spíše informace, které mu moderátor(ka) přinese, než to jak vypadá.

Naopak pokud se zaměříme na pohlaví, tak z grafu 17: Atraktivnost moderátora ženy a Grafu 18: Atraktivnost moderátora muži vyplývá, že muži uvítají, když je moderátor(ka) atraktivní oproti ženám, které vzhled tolik neřeší.

Hypotéza č. 5: Spisovná čeština je základ pro kvalitní moderátorský projev.

Hypotéza číslo 5 byla grafem 19: Spisovná čeština moderátora potvrzena. Většina dotazovaných si zakládá na tom, aby moderátor(ka) používal(a) spisovnou češtinu. Pouhých 6 lidí z celkového počtu dotazovaných spisovnou češtinu od moderátora nevyžaduje.

Hypotéza č. 6: Moderátor svým projevem může ovlivnit vnímání zpráv divákem.

Poslední hypotéza byla potvrzena. Konkrétně nám to dokazuje Graf 24: Role moderátora. Většina respondentů je toho názoru, že moderátorský projev může ovlivnit celkové vyznění zprávy na diváka.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce je identifikovat publikem oceňované nebo odmítané formy moderátorského projevu, a to z hlediska televizního diváka v kontextu komerčního a veřejnoprávního zpravodajství. Tento cíl je poté v praktické části dále specifikován na televizního diváka ve věku od 19 do 26 let.

Teoretická část práce je rozdělena do tří hlavních kapitol. První kapitola se zabývá vymezením základních pojmů, aby byly chápány v kontextu práce, jelikož se dále objevují v celé práci. Následující kapitola se věnuje obecně vzniku televizního vysílání a konkrétněji pak historii televizního zpravodajství. Dále rozebírá, co se může stát podnětem ke vzniku zprávy, jak jej vhodně vybrat a kdo za tímto výběrem stojí. Poslední kapitola zasvěcuje do moderátorské profese, jako takové, tudíž jaký by měl být vhodný moderátor, jeho správná mluva, nonverbální prostředky a jak se dostatečně na moderování televizního zpravodajství připravit.

Druhá praktická část práce je zaměřena na výzkum, který je proveden kvantitativní metodou pomocí dotazníku, na který odpovědělo 150 respondentů. Průzkum nám ukázal, že televizní zpravodajství během týdne sledují častěji lidé, kteří již pracují, než studenti. Dále výzkum upozornil na skutečnost, že komerčnímu zpravodajství dávají přednost nejmladší (věková kategorie 19 – 21 let) a nejstarší (věková kategorie 25 a více) účastníci výzkumu, zatímco respondenti ve věku 22 – 24 let upřednostňují veřejnoprávní zpravodajství České televize. Toho se týká i následující zjištění, že televizní zpravodajství divák volí především díky kvalitnímu a objektivnímu zpravodajství z politiky, které především poskytuje právě veřejnoprávní televize. Role moderátora i jeho atraktivita je pro diváka při výběru nepodstatná, i přesto že od něj očekává určité kvality, jako jsou spisovná čeština či vhodné nonverbální prostředky. Dotazníkové šetření dále prokázalo, že většina respondentů se domnívá, že díky přístupu moderátora, může být celé vyznění zprávy zkreslené či s nějakým, ač omezeným, subjektivním pocitem. Z toho vyplývají i následující poznatky, kdy si účastníci průzkumu myslí, že moderátor nemusí být plně informován o zprávě, kterou díky televiznímu zpravodajství přináší a divákovi stačí, když má pouze povědomí o tématu. O povaze vybraných zpráv, které jsou následně odvysílány, si respondenti

myslí, že jsou sice pravdivé, ale není vybrán kompletní přehled zpráv, který běžný divák televizního zpravodajství očekává.

Tato práce může posloužit televizním stanicím k lepšímu pochopení názoru televizního diváka, na to jak vnímá televizní zpravodajství se zaměřením na moderátorský projev.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- BEDNAŘÍK, P. JIRÁK, J. KÖPPLOVÁ, B., 2011. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3028-8.
- FELDSTEIN, V., 1964. *Televize včera, dnes, zítra*. 1. vyd. Praha: Orbis.
- KŘIVOHLAVÝ, J., 1988. *Jak si navzájem lépe porozumíme: Kapitoly z psychologie sociální komunikace*. 1. vyd. Praha: Svoboda.
- LEŠKO, L., 2008. *Náhled do sociální komunikace*. 1. vyd. Brno: Tribun EU. ISBN 978-80-7399-466-2.
- MAREŠ, J. KŘIVOHLAVÝ, J., 1995. *Komunikace ve škole*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-1070-3.
- MCQUAIL, D., 2002. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál. ISBN 80-7178-714-0.
- MUSIL, J., 2010. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK. ISBN 978-80-7452-002-0.
- OSVALDOVÁ, B. HALADA, J. a kol., 2002. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. vyd. Praha: Libri. ISBN 80-7277-108-6.
- OSVALDOVÁ, B. a kol., 2001. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0248-2.
- OSVALDOVÁ, B. a kol., 2011. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1899-9.
- ŠTOLL, M., 2011. *Zahájení televizního vysílání: Zrození televizního národa; 1. 5. 1953*. 1. vyd. Praha: Havran. ISBN 978-80-87341-06-3.
- TRAMPOTA, T., 2006. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál. ISBN 80-7067-096-8.
- VÁVRA, J., 2013. *Moc a nemoc televize Nova: Svědectví o lidech a jejich ambicích*. 1. vyd. Praha: Prostor. ISBN 978-80-7260-282-7.

Seznam použitých internetových zdrojů

CESKATELEVIZE.CZ. Počátky zpravodajství. [online]. 31. 3. 2003 [cit. 2015-01-03]. Dostupné z <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/vzpominky-pametniku/martin-glas/pocatky-zpravodajstvi/>.

CESKATELEVIZE.CZ. Technický vývoj televize v datech a souvislostech. [online]. [cit. 2015-01-03]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-technika/technicky-vyvoj-televize-v-datech-a-souvislostech/>.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Dotazník.....	I
----------------------------------	----------

MODERÁTORSKÝ PROJEV V TELEVIZNÍM ZPRAVODAJSTVÍ

Dobrý den/Ahoj, prosím o vyplnění dotazníku k mé bakalářské práci, která je na téma Moderátorský projev v televizním zpravodajství. Dotazník je anonymní a slouží pouze ke zpracování mé bakalářské práce.

Předem moc děkuji za vaše odpovědi! :-)

***Povinné pole**

1. Vaše pohlaví? *

- Žena
- Muž

2. Váš věk *

3. Studujete? *

- Ano
- Ne

4. Kolikrát průměrně sledujete televizní zpravodajství za týden? *

- 6 - 7x
- 3 - 5x
- 1 - 2x
- Nesleduji vůbec (dotazník ukončen)

5. Jste spokojeni s úrovní českého zpravodajství (práce redaktorů, moderátorů, událostí) *

- Ano
- Ne
- Nesleduji televizní zpravodajství, je mi to jedno (dotazník ukončen)

6. Které televizní stanici dáváte přednost při sledování televizního zpravodajství? *

- ČT 1
- ČT 24
- Televize Nova
- Televize Prima
- Jiná televizní stanice

7. Proč volíte právě tuto stanici? *

- Oblíbený moderátor
- Zajímavosti ze společenského života či života celebrit
- Kvalitní a objektivní zpravodajství z politiky
- Přehledné zpravodajství o ekonomické situaci země
- Zábavnost zpravodajství (příběhy ze života zvířat, vtipné příběhy lidí)
- Mám celý den zapnutou TV Nova, ať dávají cokoli

8. Sledujete raději zpravodajství, které moderuje jeden moderátor nebo dvojice? *

- Jeden moderátor
- Dvojice
- Nezáleží na počtu moderátorů

9. Je pro vás důležitější, zda je moderátor(ka) atraktivní, než co říká? *

- Ano, je to důležité, nechci se koukat na neatraktivního moderátora(ku)
- Občas, když mě zpráva nezajímá, tak se alespoň podívám na hezkého moderátora(ku)
- Ne, pro mě je důležité, co se dozvím

10. Myslíte si, že je vhodné, když moderátor(ka) zpravodajství používá pouze spisovnou češtinu? *

- Ano, spisovná čeština, je základ pro dobrý projev
- Někdy, myslím si, že je vhodné, když občas od spisovné češtiny upustí, je to lidštější
- Ne, není důležité takovéto informace sdělovat spisovnou češtinou

11. Vadí vám, když moderátoři volí slova, kterým nerozumíte? *

- Ano
- Ne

12. Je vhodné, když moderátor(ka) zvolí ke svému projevu gesta, mimiku, různé polohy hlasu? *

- Ano, jeho(její) projev to oživí a lépe se na to kouká
- Někdy, jsou situace, kdy moderátor(ka) zvolí tyto nonverbální prostředky nevhodně
- Ne, narušuje to celý projev a podstatu sdělení

13. Měl by moderátor(ka) televizního zpravodajství vše vědět o tématu, které uvádí? *

- Ano, přeci nemůže povídat o něčem, čemu nerozumí
- Nemusí vědět úplně vše, stačí jen povědomí o tématu
- Ne, to není důležité, stačí, když informaci dobře uvede a o ostatní, ať se stará informovaný reportér

14. Důvěřujete zpravodajství stanice, na níž nejčastěji zprávy sledujete? *

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

15. Myslíte si, že zprávy na televizní stanici, kde je nejčastěji sledujete, jsou: *

- Pravdivé a úplné
- Pravdivé, ale vybírají si jen některé zprávy
- Úplné, ale často zkreslené
- Neúplné a zkreslené

16. Může moderátor(ka) vyznění zpráv (ať už jsou pravdivé anebo zkreslené) svým výkonem posilovat? *

- Ano
- Jen omezeně
- Ne

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Milena Trubičková

Obor: sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční studium

Název práce: Moderátorský projev v českém televizním zpravodajství

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 54

Celkový počet stran příloh: 3

Počet titulů českých použitých zdrojů: 13

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 2

Vedoucí práce: Mgr. Tatiana Iskanderová, Ph.D.