

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

KATEDRA ŽURNALISTIKY

ŽURNALISTIKA, LS 2006/2007

IVANA SVOBODOVÁ

PRONIKÁNÍ INSCENAČNÍCH PRVKŮ  
DO HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADŮ  
ČT, TV NOVA A PRIMA TV

*BAKALÁŘSKÁ PRÁCE*

PRAHA 2007

KONZULTANT: PHDR. MARTIN LOKŠÍK

AUTOR PRÁCE: **IVANA SVOBODOVÁ**

VEDOUcí PRÁCE: **PHDR. MARTIN LOKŠÍK**

OPONENT PRÁCE:

DATUM OBHAJOBY:

HODNOCENÍ:

## BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM

ŠVOBODOVÁ, Ivana. *Pronikání inscenačních prvků do hlavních zpravodajských relací ČT, TV Nova a Prima TV*. Praha: 2007. 50 s. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Martin Lokšík.

## ANOTACE

Diplomová práce „Pronikání inscenačních prvků do hlavních zpravodajských relací ČT, TV Nova a Prima TV“ pojednává o prvcích, které mohou v televizním zpravodajství konstruovat realitu a tedy i názor diváka na určitou událost. První část se věnuje rozboru jednotlivých inscenačních prvků (a to jak ve zpravodajských příspěvcích, tak v relaci jako takové), druhá výsledkům týdenního sledování jednotlivých zpravodajských relací.

## ANNOTATION

Diploma thesis „Staging in main news on ČT, TV Nova and Prima TV“ aims to describe the principles television newscast use to influence viewers' opinions and emotions. This essay assumes that „visual language“ is neither neutral nor objective. It has its own rules of representing and constructing reality. In the second part of the essay, we do research on the main news on three Czech TV stations – Česká televize, Nova and Prima.

## KLÍČOVÁ SLOVA

Konstruování reality, inscenační prvky, reprezentace, rekonstrukce, subjektivní kamera.

## KEYWORDS

Staging, constructing reality, representation, reconstruction, subjective shooting.

## PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato diplomová práce byla umístěna v Ústřední knihovně UK a používána ke studijním účelům.

V Praze dne 18. května

.....

Ivana Svobodová

## PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala konzultantovi této práce Martinu Lokšíkovi za poskytnutí odborných rad i literatury, dále pak Janu Jirákovi a Tomáši Trampotovi za drobnou výpomoc při zpracování teoretické části a také pracovníkům RTL za technickou podporu při zpracování praktické části práce.

# OBSAH

ÚVOD.....	7
<b>1.ZPRAVODAJSKÁ RELACE – SERIALITA, ZÁBAVNOST (...)</b> .....	10
1.1 ZPRAVODAJSKÉ VSTUPY .....	13
1.2 SELF-PROMOTION.....	14
<b>2.INSCENAČNÍ PRVKY VE ZPRAVODAJSKÝCH PŘÍSPĚVČÍCH</b> .....	15
2.1 PŘÍKLADY INSCENAČNÍCH PRVKŮ .....	16
2.1.1 VÝBĚR A ŘAZENÍ ZÁBĚRŮ.....	17
2.1.2 POŘIZOVÁNÍ ZÁBĚRŮ.....	19
2.1.2.1 VZDÁLENOST OBJEKTU OD KAMERY .....	20
2.1.2.2 ÚHEL ZÁBĚRU .....	21
2.1.2.3 POHYB KAMERY .....	22
2.1.2.4 OSVĚTLENÍ.....	23
2.1.2.5 REKONSTRUKCE .....	23
2.1.3 STŘIH.....	24
2.1.3.1 REPREZENTACE .....	29
<b>3.VÝSLEDKY TÝDENNÍHO SLEDOVÁNÍ VYBRANÝCH RELACÍ</b> .....	32
3.1 <i>UDÁLOSTI</i> (ČESKÁ TELEVIZE) .....	33
3.2 <i>1. ZPRÁVY</i> (PRIMA TV) .....	38
3.3 <i>TELEVIZNÍ NOVINY</i> (TV NOVA).....	41
<b>ZÁVĚR</b> .....	44
<b>SUMMARY</b> .....	46
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	47
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	50

## ÚVOD

Televizní zpravodajství se řadí mezi nefiktivní žánry. Při bližším zkoumání v něm ale najdeme prvky, které obvykle používají žánry fiktivní. Každý mediální text včetně zpráv je konstruovaný. V žádném divák nenajde pouze skutečnost, vždy jde pouze o určitou interpretaci skutečnosti. Žurnalistika je ve všech svých formách především konstrukcí – intelektuálním produktem.

Mediální text je především výpovědí novináře – výpovědí, která je v souladu s požadavky toho kterého média. Televize pojmají svá zpravodajství různě, ať už je to styl „jsme na vaší straně“ nebo seriózně se tvářící relace veřejnoprávního média. Fakt, že určitý zpravodajský pořad má punc serióznosti a nestrannosti, ovšem neznamená, že by tento pořad byl bližší realitě než relace jiná, nesoucí rysy dramatu a vybírající si z různých kauz především prvky konfliktu a dynamické pasáže.

Ani jedna z relací totiž neodráží nezkreslenou realitu a nevypovídá o čisté „pravdě“. *Kdyby tomu tak bylo, stačilo by nám jedno jediné zpravodajství. Zprávy jsou určitou interpretací světa a tato interpretace má svá pravidla realistického zachycení či zobrazení.*<sup>1</sup>

Tato práce se ale nezabývá tím, do jaké míry je zpravodajství obrazem reality a do jaké míry je „konstrukcí“ sestavenou novináři. Jejím cílem je upozornit na některé momenty v hlavních zpravodajských relacích českých televizí, které mohou nést prvky inscenování. Na úvod je třeba podotknout, že s tímto pojmem mediální teoretici běžně nepracují. Spíše se využívá termínu konstruování reality, který vychází z konstrukcionistické teorie Stuarta Halla.<sup>2</sup>

Inscenačními prvky v této práci rozumím takové postupy, které ke zkreslení reality vedou, resp. přizpůsobují realitu mediální praxi. Především se jedná o takové prvky, které mají komentující charakter a mohou ovlivnit názory diváků, ale také skutečnost zjednodušují. Jedná se také o momenty, které u diváka cíleně vyvolávají emoce. Některé události (teroristický útok, násilí páchané na dětech) vyvolávají emoce samy o sobě a televize nemusí emotivní prvky nijak zdůrazňovat. Neměla by ale zneužívat

---

<sup>1</sup> BURTON, G.; JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. s. 223.

<sup>2</sup> Hall nekritizuje média za to, že destruuji skutečnost, spíše hovoří o tom, že zkreslení reality je v masových médiích nevyhnutelné a je důsledkem užívání systému reprezentace.

emocionalizačních postupů – televizní zpráva je totiž sdělení, jehož definice tyto postupy vylučuje: *zpráva, coby základní kámen zpravodajství, je definována jako žurnalisticky 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.*<sup>3</sup>

Jak upozorňuje McQuail, víra televizních diváků, že událost proběhla stejným způsobem, jakým ji zachytila zpravodajská kamera, je podobně zavádějící jako přesvědčení, že my sami nemůžeme být médii ovlivněni, ale ostatní lidé ano (tzv. „účinek na třetí stranu“).<sup>4</sup> Většina televizních diváků nezpochybňuje reálnou povahu toho, co televize přináší. Nemluvíme o televizi, ale věnujeme pozornost pouze jejímu obsahu.<sup>5</sup>

Audiovizuální jazyk televizních zpráv (a je to hlavně audiovizuální jazyk, na který je tato práce zaměřena) není bezpříznakový a neutrální. Podobně jako filmové dílo používá audiovizuální řeč k působení na emoce diváků, nelze vyloučit, že podobné modely fungují i ve zpravodajství. Emoce při vnímání zpravodajského materiálu samozřejmě nejsou tak silné jako u uměleckého díla. Převažuje zde racionální soud, ale i ten může být ovlivněn estetickým účinkem zpravodajského příspěvku.<sup>6</sup>

V této práci se zabývám nejen reportážemi, ale v prvním úseku i samotnými zpravodajskými pořady. Reportáže jsou totiž jen jednou částí toho, jak ke zpravodajství jednotlivé televize přistupují. Pokud použiji jednoduchý příklad, pak televize Nova své *Televizní noviny* pravidelně zahajuje „exkluzivními“ reportážemi svých reportérů, které obvykle nemají pro společnost takovou důležitost (prodej vadného zboží pro děti, špatně označená křižovatka atd.). Divák očekává, že právě první zpráva v relaci je pro něj nejzávažnější. Televize zařazením příspěvků na různá místa relace vlastně komentuje jejich „důležitost“. Zařazením reportáže o špatně fungujícím obecním úřadu před zpravu o zemětřesení v Afghánistánu vlastně divákovi napovídá, že se v této zemi nic tak hrozného nestalo.

Závěrečný úsek práce je zaměřený na výsledky týdenního sledování hlavních zpravodajských relací českých celoplošných televizí – u ČT *Událostí*, u TV Novy

<sup>3</sup> OSVALDOVÁ, B. Zpráva. In: *Zpravodajství v médiích*. s. 24.

<sup>4</sup> McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. s. 367.

<sup>5</sup> POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*. s. 87.

<sup>6</sup> Někdy estetická kvalita zprávy může ovlivnit už samotný proces nastolování témat. Zpráva je vysílána, protože nabízí atraktivní záběry. Obrazová složka se dokonce může stát dominantním prvkem zpravodajského příspěvku.



*Televizních novin* a u Primy *1. zpráv* (dříve *Zpravodajského deníku*). Kvůli rozsahu práce se nejedná o obsahovou analýzu, ale o výběr nalezených inscenačních prvků. Část z nich je umístěna na příloženém CD. Zvláštní pozornost a prostor jsem věnovala zprávám veřejnoprávní ČT. Domnívám se, že u komerčních stanic divák počítá s určitou mírou inscenování, u televize veřejné služby jsou tato očekávání menší. Což neznamená, že by ČT inscenační prvky nepoužívala.

V této práci několikrát zmiňuji, že divák může být různými prvky ve zprávách ovlivněn. Mým cílem není z diváka udělat ovlivnitelného „prostáčka“ bez názoru, faktem ale zůstává, že lidé zprávám věří a často si neuvědomují, že jim nepředkládají čistou pravdu či realitu. Práce není zaměřena ani proti činnosti novinářů. Mnoho inscenačních prvků vzniká kvůli rutinám a ty zase kvůli časové tísní, ve které musejí reportéři pracovat. Jindy zase do výroby reportáže zasáhnou vnější vlivy nebo nepříznivé podmínky při natáčení.

V řadě případů také inscenační prvky, o kterých se zmiňuji, souvisejí s audiovizuálním jazykem jako takovým. Jsou nutností, vyžádanou obrazovým vyjadřováním, které se za dobu své existence vyvinulo ve svébytný a nezávislý způsob sdělování.

# 1. ZPRAVODAJSKÉ RELACE – SERIALITA, ZÁBAVNOST A KVAZIDŮVĚRNÉ VZTAHY

Hlavní zpravodajská relace je stěžejní pořad každé televize, kterým zahajuje svůj hlavní vysílací čas. Až na výjimky se na televizních obrazovkách objevuje každý den a každý den ho sleduje přibližně stejná skupina lidí. Podle Trampoty<sup>7</sup> se televizní zpravodajství v některých aspektech podobají seriálovým pořadům. Reportéři mohou děj zprávy rozvíjet, někdy dokonce dávkovat (tzv. serialita), někteří aktéři událostí se objevují opakovaně. Zprávy se rozvíjejí po dobu několika dnů, týdnů či měsíců, některé přímo navazují na informace, které médium přineslo už dříve (tzv. intertextualita). S tím je spojen předpoklad, že diváci relaci sledují (stejně jako seriál) pravidelně po delší dobu. Spojovacím článkem takového zpravodajství jsou pak „hlavní hrdinové“ relace, tedy dvojice moderátorů:

*Opět se v něm (ve zpravodajství, pozn. aut.) vyskytuje všemocný vypravěč, kterého si lze představit jako hrdinu, jenž příjemce bezpečně provádí událostmi dne, vyrovnává se s nástrahami v podobě živých vstupů a úspěšně celé drama dovede do konce, tedy k závěrečnému přehledu zpráv či k jednomu příjemnému šotu se zábavnou raritou či milými mláďaty. Vedlejšími postavami jsou reportéři, známí účastníci nejrůznějších událostí doma i ve světě (politikové, státní představitelé), odborníci a očití svědkové. „Děj“ zpravodajství má vypjatě dramatická i uklidňující místa, jako každý příběh. Jednotlivé příspěvky či reportáže vykazují různý stupeň dramatizace, ale zpravidla obsahují konflikt, nabízejí více možných rozuzlení a často i „pokračování příště“ – aby se diváci dívali na další díl a dozvěděli se, kdo vyhraje (zda se zdraží benzín, zda bude přijat zákon, zda bude proti přijatému zákonu někdo protestovat atd.).<sup>8</sup>*

Stejně jako jakýkoli díl seriálu, i zpravodajská relace má načrtnutou osnovu. Většina relací obsahuje reportáže o politice (hlavními tématy jsou vláda a parlament), ekonomice (obchod, nezaměstnanost, růst cen), zahraničních událostech (obvykle vztahy mezi

<sup>7</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. s. 65.

<sup>8</sup> BURTON, G.; JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. s. 192.

vládami, obzvláště pokud se problém týká „nás“, ale také zprávy o válečných konfliktech nebo živelných katastrofách), domácích událostech (konflikt, násilí, tj. hard news, nebo humor či hluboce lidské příběhy, tzv. soft news), příležitostných událostech (známé osobnosti, katastrofy) a na závěr sport.<sup>9</sup> Editoři už předem vybírají témata, která by zapadla do té které škatulky.

Postman je toho názoru, že právě tento přístup podporuje dojem diskontinuity nebo „roztříštěnosti“ světa, který ze zpráv divák má. Podle něj k tomu přispívá hlavně používání výrazu „A teď...“ (popř. jemu podobných):

*Výraz „A teď...“ se běžně používá v rozhlasovém a televizním zpravodajství a naznačuje se jím, že to, co jsme právě slyšeli nebo viděli, nemá žádný význam pro to, co uslyšíme či uvidíme za okamžik, případně kdykoli potom. (...) Žádná vražda není natolik brutální, žádné zemětřesení natolik ničivé, žádný politický omyl natolik skandální – a máme-li pokračovat, žádný sportovní výsledek do té míry drtivý a předpověď počasí děsivá –, aby je z naší mysli nebylo možné odstranit hlasatelovými slovy „A teď...“<sup>10</sup> (...) Je nám tím naznačováno, že o předchozím tématu už jsme přemýšleli tak dlouho (bývá to zhruba tři čtvrtě minuty), že hrozí, že jím budeme (řekněme minutu a půl) přímo posedlí, takže je záhodno obrátit pozornost k jinému fragmentu zpráv.<sup>11</sup> (Pozn. aut.: K odvrácení pozornosti moderátorům stejně dobře poslouží například souhrn toho, co uvidíme v dalších minutách.)*

Pojetí zpravodajské relace jako svého druhu zábavnému pořadu<sup>12</sup> by odpovídalo i použití hudby na začátku, na konci a během zpráv. Zpravodajské pořady používají dramatickou, údernou hudbu – to vše má navozovat atmosféru nadcházejících minut. Postman se domnívá, že hudba se ve zpravodajských relacích používá ze stejného důvodu jako na divadle nebo ve filmu – dotváří náladu, a že pokud by relace žádnou hudbu neobsahovala (jako v okamžiku, kdy je program přerušen bleskovou zprávou), divák by očekával něco skutečně alarmujícího a převratného.<sup>13</sup>

<sup>9</sup> HARTLEY, J. *Understanding News*. s. 38-39.

<sup>10</sup> POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*. s.107.

<sup>11</sup> *Ibid.* s.107-108.

<sup>12</sup> Zábavnost v tomto případě nemá stejný význam jako např. u komedií nebo sitcomů, které mají vyvolávat smích. V televizním zpravodajství Postman zábavností myslí spíše odlehčenou, pro diváka stravitelnější a atraktivnější formu sdělení.

<sup>13</sup> POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*. s.110-111.

Pokud zůstaneme u Postmanovy argumentace, pak zprávy *nemáme brát vážně, ale svým způsobem jako zábavu. Vše, co ke zpravodajské relaci patří, nás v tom utvrzuje: líbivý vzhled a přátelský výraz moderátorů, jejich příjemné vtipkování, dramatická hudba, která pořad zahajuje a uzavírá, dynamický obrazový materiál (...) – to vše naznačuje, že nic z toho, co jsme právě viděli, není důvodem k pláči.*<sup>14</sup> Otázkou ale je, jak jinak zpravodajský souhrn událostí prezentovat. Televizní pořad musí mít nějakou formu – pro diváky stravitelnou a atraktivní, aby se na něj dívali. Postman nenavrhuje řešení, jak zpravodajské relace prezentovat seriózněji. Podobně jako Jerry Mander<sup>15</sup> opírá Postman své poznatky o obecná tvrzení. Sám také přiznává, že podobu, kterou kritizuje, mají zprávy proto, aby se na ně lidé dívali.

Pro zpravodajství je totiž rozhodující, aby mělo dostatek diváků, kteří by mu důvěřovali. Zprávy jsou také zbožím. Je drahé je shromažďovat a distribuovat. Samozřejmě proto musí přitahovat publikum, které by zase přitáhlo inzerenty. Zpravodajské relace zahajují tzv. prime time, hlavní vysílací čas. Je logické, že část diváků po celý prime time zůstane věrná právě tomu programu, který hlavní vysílací čas zahájí.

Tomuto cíli – získání důvěry diváků – jsou podřízeny i výrazové prostředky zpravodajství. Jsou to pouze reportéři a moderátoři, kteří smějí mluvit skrz kameru k divákům tváří v tvář – tedy vytvářet jakýsi důvěrný vztah. *Média s těmito kvazidůvěrnými vztahy dále pracují a rozvíjejí je. (...) Takové postavy, jako je moderátor, hlasatel, herec či ředitel (televize, pozn. aut.) oslovující publikum z obrazovky, jsou (...) svou povahou konstrukce jako jakékoli jiné re-prezentace (a stereotypy). Podstatou jejich existence je vytváření iluze lidského kontaktu mezi nimi a příjemci, jakési „mediované kvaziinterakce“*<sup>16</sup> (Thompson tento termín užívá pro označení těch druhů sociálních vztahů, které jsou vytvářeny médii masové komunikace, tedy knihami, novinami, rozhlasem, televizí atd.)

Vedlejší postavy (přijmeme-li Burtonovu rétoriku), jako jsou odborníci nebo svědci, pak zpravidla hovoří k právě k těmto „hlavním“ postavám, k recipientům (v tomto případě televizním divákům) promlouvají skrze ně. Je ale třeba připomenout, že díky vyvíjejícím se technologiím vedlejší postavy mají stále častěji možnost s diváky navázat

---

<sup>14</sup> Ibid. s. 95-96.

<sup>15</sup> MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize.*

<sup>16</sup> BURTON, G.; JIRÁK, J. *Úvod do studia médií.* s. 208.

bližší kontakt prostřednictvím přímých přenosů, ve kterých mají možnost mluvit přímo do kamery. Během takových relací ale pouze reportéra nahrazuje moderátor ve studiu. Je to právě on, kdo aktérovi klade otázky a kdo přímý přenos ukončuje.

O to, jak diváci vnímají rozdíl mezi tím, kdy se respondent dívá do kamery a kdy mluví k reportérovi mimo obraz, se zajímali Baggaley a Duck<sup>17</sup>. Na zkušebním vzorku lidí vyzkoušeli metodu Charlese Osgooda<sup>18</sup>. Nejdříve vytvořili dvě nahrávky stejné promluvy respondenta. Jedna kamera zabírala mluvčího přímo, druhá respondenta nahrála ze stejné vzdálenosti jako první, ale ve tříčtvrtečním profilu.

Nahrávky poté pustili dvěma skupinám, které nevěděly o existenci jiné nahrávky ani druhé skupiny. Každá skupina měla na stupnici od jedné do sedmi zaznamenat svoje pocity vůči řečníkovi. Při identickém sdělení skupiny respondenta hodnotily lépe, když nemluvil přímo do kamery. Když ho lidé viděli ve tříčtvrtečním profilu, působil na ně důvěryhodněji, upřímněji, tolerantněji a více uvolněně, než když mluvil přímo do kamery.<sup>19</sup> V běžné komunikaci přitom dáváme přednost (a připadá nám důvěryhodnější) přímý pohled z očí do očí.

Rozdíl ve vnímání přímého a nepřímého pohledu stanovila televizní praxe. Do kamery mluví hlavně profesionální mluvčí (moderátoři a zpravodajové). Jejich sdělení má být objektivní a nestranné. Respondenti snímání ve tříčtvrtečním profilu mluví za sebe, jsou to odborníci nebo očití svědci nějaké události.<sup>20</sup> V dnešní době toto snímání představuje standardizované a mechanické postupy. Jejich užití ale není bezpříznakové a podporuje vyznění sdělení.

## 1.1 ZPRAVODAJSKÉ VSTUPY

Přímé přenosy jsou pro televizi záležitostí prestiže. V divákovi vyvolávají dojem, že redakce je stále v pohotovosti. Příspěvek, ke kterému je připojen přímý přenos také získává punc důležitosti. V této souvislosti je nutné zmínit dva způsoby konstruování reality, ke kterým může v souvislosti s přímými přenosy dojít:

<sup>17</sup> BAGGALEY, J.; DUCK, S. *The Dynamics of Television*.

<sup>18</sup> OSGOOD, Ch. *The Measurement of Meaning*.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> FISKE, J. *Introduction to Communication Studies*. s. 147.

**1.** Použití přenosu u zprávy, která ho nevyžaduje. Informace, které jsou v něm řečeny, mohly být použity už v reportáži. Přímý přenos by neměl být pouze ukázkou toho, že televize má technologii a reportéry schopné pohotově reagovat. Měl by přinášet nové informace, které byly k dispozici až po uzávěrce, nebo informace doplňující a rozvíjející téma, které zpravidla přináší specializovaný reportér nebo odborník.

**2.** Právě přítomnost odborníků si vyžaduje další otázky. Mohl tyto informace podat sám reportér? Nepodal by je právě reportér divákům srozumitelněji? Není v přenosu odborník přítomný jen kvůli zvýšení prestiže televize?

## **1.2 SELF-PROMOTION**

Self-promotion (televizi propagující) prvky v současné době užívají ve svém zpravodajství všechny tři české celoplošné televize. Jedná se nejen o upoutávky na jiné zpravodajské či publicistické pořady (v *Událostech* ČT se pravidelně propagují například pořady *168 hodin* nebo *Reportéři ČT*, v *Televizních novinách* zase vidíme upoutávky na *Střepiny* nebo *Vikend*), ale i reportáže o připravovaných zábavných pořadech a zpravodajské vstupy, kdy je reportér na místě, odkud se bude po skončení zpravodajské relace živě vysílat zábavný program (tudíž dělá reklamu na pořad, který nemá se zpravodajstvím nic společného).

Patří sem i tzv. „záložky“, grafické prvky, které se objevují zpravidla v rohu obrazovky a upozorňují na další program nebo na internetové stránky televize. Můžeme se ptát, zda tato reklama televize na samu sebe patří do zpravodajské relace, která má podávat informace. Televize tím vlastně podporují Postmanův názor, že zpravodajské relace jsou vlastně zvláštní druh zábavných pořadů. Tyto prvky, které jsou vlastně reklamami, zneužívají divákovy pozornosti, toho, že lidé chtějí vědět „co je nového“.

## 2. INSCENAČNÍ PRVKY VE ZPRAVODAJSKÝCH PŘÍSPĚVCÍCH

Filmový a televizní obraz nebo zvuk má **denotativní** a **konotativní** význam. Nad denotativním významem není třeba dlouze přemýšlet – je tím, čím je, a nemusíme se ho snažit rozpoznat (souvisí s tím, *co* se bude točit). Z hlediska manipulace je denotativní rovina málo problematická, i když manipulaci vyloučit nelze. Například sociálně znepokojivé jevy (násilí, lidské tragédie) nebo radostné události mají samy o sobě silný emotivní náboj, který lze zneužít.

Konotační význam v sobě zahrnuje významy, které divák může se záběrem spojovat – tím pádem ho mohou ovlivňovat v jeho názoru. Tyto procesy si nemusí zcela uvědomovat, protože konotační funkce probíhá na subjektivní úrovni. V některých případech může divák chápat konotativní významy jako denotativní významy („realita je opravdu taková“).<sup>21</sup> V procesu konotace je přítomný lidský prvek. Je to člověk, kdo vybírá záběr, ostrost, clonu, úhel kamery a záznamový materiál.

Časté jsou kulturně determinované konotace, např. Angličan si může obraz bílé a rudé růže běžně spojovat s rody Lancasterů a Yorků. Takové konotace můžeme najít i ve zpravodajství a to i nechtěné: Pokud má reportér v příspěvku o Straně zelených kravatu či košili této barvy, divák si může barvu na oblečení spojit s názorem reportéra.

Kromě toho existují paradigmatické konotace (souvisejí s tím, *jak* záběr natočit, viz podkapitola 2.1.2) a syntagmatické konotace (souvisejí s tím, v jakém *kontextu* záběr prezentovat, čili jak reportáž sestříhat, viz podkapitola 2.1.3).

Na emoce diváka také působí využívání **mýtů**, které v konkrétní společnosti fungují. V českém prostředí se ve zpravodajství objevuje například mýtus české krajiny či malebné české vesničky, popř. mýtus „malého českého člověka“.

Velice výraznou roli v konstruování reality hraje ve zpravodajství princip **metonymie**. Zpravodajský příspěvek není úplným záznamem události, ale je částí, která

---

<sup>21</sup> FISKE, J. *Introduction to Communication Studies*. s. 87.

zastupuje celek. Zásadní roli hrají kritéria výběru těchto výseků reality. Fiske<sup>22</sup> jako příklad uvádí, jak v britském televizním pořadu *The Editors* pracovali se záběry z dělnické demonstrace. Pořad ukázal dva záběry. Oba byly pořízeny na stejné demonstraci. Na prvním stojí několik dělníků před továrnou a mluví s řidičem nákladního vozu. V druhém je ukázán střet demonstrantů s policií. Do večerních zpráv se ale dostal pouze druhý záběr. Pokud je natočeno více záběrů, které podávají ucelený obraz skutečnosti jen spolu, pak v případě, že použijeme jen jeden (nebo jen část) ze záběrů, obraz události bude zkreslený.

Těžiště metonymie leží především v oblasti stříhu. Denotace, konotace a mýtus se odrážejí hlavně v obrazové a ve zvukové složce. Jednotlivé složky se samozřejmě mohou navzájem překrývat.

## 2.1 PŘÍKLADY INSCENAČNÍCH PRVKŮ

Zpravodajským příspěvkem rozumím obrazovou, rozšířenou (též kombinovanou) a reportážní zprávu. Pro potřeby této práce, která se nezabývá slovním komentářem, je důležitá pouze obrazová část příspěvků. Inscenační prvky se mohou objevit ve všech třech typech zpráv. McQuail upozorňuje, že *mediální text, zde televizní reportáž, má mnoho možných alternativních významů, které mohou vyústit v jeho různé chápání. Obsah masových médií je tudíž principiálně polysémický, má pro své „čtenáře“ (tedy členy publika) mnoho možných významů.*<sup>23</sup>

Obrazová zpráva přináší informace o méně důležitých událostech, je pouze stručným obrazovým záznamem události bez původního zvuku. Ten je nahrazen komentářem. Její délka nepřesahuje 30 sekund. Ve zpravodajských relacích se nevyskytuje samostatně, ale je spojována po dvou až třech do bloků domácích nebo zahraničních zpráv. Ty jsou dynamizovány hudebně grafickým motivem hlavní znělky pořadu a fungují jako předěly.<sup>24</sup>

Rozšířená zpráva má klasickou strukturu obrácené pyramidy. Jádro sdělení tlumočí moderátor přímo ze studia. Na toto jádro navazuje detailnější rozvedení obsahu zprávy doplňujícími obrazovými informacemi. Rozšířená zpráva se objevuje hlavně v politickém a ekonomickém zpravodajství, přičemž klade důraz na fakta, která prezentuje především

---

<sup>22</sup> Ibid. s. 95.

<sup>23</sup> McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. s. 270.

<sup>24</sup> LOKŠÍK, M. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství*. In *Zpravodajství v médiích*. s. 84.



v rovině slovní než obrazové. Zpráva je vystavěna na komentáři a synchronních výpovědích kompetentních osob. Přítomný obraz plní převážně ilustrační funkci.<sup>25</sup>

Reportážní zpráva nejefektivněji využívá možnosti audiovizuálního jazyka. Staví na osobním svědectví redaktora. Události zhušťuje do živé a dynamické formy, využívá zajímavých obrazových detailů a bezprostředního zachycení atmosféry události.<sup>26</sup>

Ve zpravodajské relaci se vlastně setkáváme s rekontextualizací sociální praxe, tzn. že určitá skutečnost je vyňatá ze svého přirozeného kontextu a zasazená do kontextu nového. Rekontextualizací je také výběr a seřazení záběrů televizní reportáže.<sup>27</sup>

### 2.1.1 VÝBĚR A ŘAZENÍ ZÁBĚRŮ

*Vysoce rozvinutá podobnost zobrazovaného se zobrazením (...) způsobuje, že divák je při vnímání každého filmového i televizního díla bezděčně sváděn k tomu, aby chápal snímky především, ne-li jedině, jako kopie určité, jedinečné skutečnosti.*<sup>28</sup> Televizní zpravodajství ale není kopií skutečnosti. Již v úvodu je zmíněno, že v každém médiu jsou zprávy pouze reprezentací událostí, lidí či názorů. Divákům není předkládána skutečnost, ale jen jedna z dalších možných verzí světa. Kamera nesnímá mechanicky realitu před objektivem. Vždy zobrazí pouze výsek reality, vybraný kameramanem. *Audiovizuální obraz je pouze blízký „obrazům objektivní skutečnosti“, neboť vzniká prostřednictvím tvůrčí transformace realizované umělcem.*<sup>29</sup> Pro potřeby této práce kameramanem-novinářem.

Charakter záběru je dán jeho vlastnostmi (úhlem, postavením a pohybem kamery, rámováním a kompozicí obrazu), velikostí (celek, polocelek, detail) a funkcí, kterou plní vzhledem k zobrazované skutečnosti (orientační, registrační, emotivní, dramatizační, symbolickou apod.).<sup>30</sup>

Ve zpravodajství se nejčastěji setkáváme s ilustračními záběry. Komentář (asynchron) reportéra je prostě nutné doprovázet souvisejícími obrázky. Tyto záběry jsou často vybírány v rychlosti a jednoduše seřazeny k sobě například podle pravidla triády (celek-polocelek-detail). V televizním zpravodajství je oproti například filmu vysoce

<sup>25</sup> Ibid. s. 84 – 85.

<sup>26</sup> Ibid. s. 85.

<sup>27</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. s. 92.

<sup>28</sup> KUČERA, J. *Stříhová skladba ve filmu a v televizi*. s. 10-11.

<sup>29</sup> PAVLÍČEK, L., CÍRKVA, Č. *Stříhová skladba*. In *Filmové technické minimum*. s. 144.

<sup>30</sup> LOKŠÍK, M. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství*. In *Zpravodajství v médiích*. s. 74.

nepřesná a volná vazba mezi záběry. Není ale zdaleka lhostejné, co se na obrazovce objeví jako ilustrační záběr.

Soustavy záběrů mají totiž svůj vnitřní život. Lépe řečeno vyvolávají v divácích určité vnitřní pochody. Tvůrce reportáže tyto pochody může a nemusí směřovat k cíli, který si vytkl, například ovlivnění diváka, tím, že mu určité záběry neukáže, nebo naopak ukáže.

Každý záběr, který vidíme na obrazovce, vyvolává otázky. Ty se týkají např. postav (kdo je postava, kterou vidíme, jakou má náladu atd.), týkají se činnosti a záměru postav (co dělá, proč je tady, proč dělá to či ono), týká se i místa a prostředí (kde se postava nalézá). Jeden záběr by měl odpovídat na druhý. Novinář by ale neměl dopustit, aby vazba záběrů něco naznačovala. Soustava záběrů by měla pouze co nejpřesněji a nejlogičtěji přiblížit skutečnost.

Mechanicky nebo s cílem ovlivnit diváka by se neměly vybírat ani **prostřihy**. Ty spojují dva časově oddělené záběry (zamezují skokům). Není lhostejné, které prostřihy zařadíme. Jsou to stejně důležité záběry jako kterékoli jiné. Nevhodně (nebo s určitým cílem) zvolený prostřih může diváka ovlivnit. Představme si projev určité osoby prokládaný záběry na pobavené diváky. Pokud by řečník publikum skutečně pobavil, pak má takový prostřih smysl. Nelze ho ale použít jen proto, že k dispozici není jiný vhodný záběr. Stejně tak je jistým „podvodem“ na divákovi, když jsou do prostřihů použity záběry natočené buď v jiný čas nebo na jiném místě.

**Reprezentace aktérů zpráv** může nabývat různých významů nejen nevhodnými prostřihy, ale i zařazování různých doprovodných záběrů za jejich výpovědi nebo vybírání a řazení promluv aktérů zprávy, jejich uspořádání za sebe, jako by šlo o reakce jedné promluvy na druhou.

V neposlední řadě je třeba připomenout, že inscenačním prvkem, vhodným spíše pro publicistiku nebo pro film, je i „**uvozování atmosféry**“, tj. záběry dodávající reportáži neexistující atmosféru (přesněji atmosféru, která v místě natáčení nebyla), řekněme liduprázdné město, pole zralého obilí nebo rušné koupaliště, popřípadě spojování záběrů prostřednictvím stejného zvuku. Do tohoto navozování určitého dojmu nebo pocitu (vyvolávání emocí) patří i výše zmíněná metonymie. Ta totiž neodkazuje jen ke způsobu, jakým je výchozí zpravodajský materiál sestřihaný, ale i k tomu, co na obrazovce vidíme. Podle Monaca je metonymie také obrazová metoda, v níž se přidružený detail či pojem

používá k vyvolání ideje nebo k reprezentaci objektu (např. pot na tváři či „vlnící se“ vzduch jako indexy tepla jsou metonymické, točící se kola automobilu představují „rychlost“).<sup>31</sup>

### 2.1.2 POŘIZOVÁNÍ ZÁBĚRŮ

A je to právě obrazová stránka, která v televizním zpravodajství přitahuje nejvíce pozornosti diváků. Pokud některou událost nelze pokrýt „obrázky“, snižuje se její atraktivita a také pravděpodobnost, že se ve zpravodajské relaci objeví. Právě nutnost mít k dispozici záběr někdy vede k tomu, že jsou v reportáži použity záběry, které nejsou neutrální (a je právě neutralita, která je u zpravodajských záběrů nejdůležitější, protože se jeví jako objektivní).

Některé postupy analyzované jako příznakové jsou pragmaticky vysvětlitelné provozně technickými podmínkami při natáčení. Například pohled vznikne, jestliže kameraman malého vzrůstu nepoužije při natáčení vyššího respondenta stativ nebo jinou pomůcku pro vyrovnání rozdílu.

Podobně argumentuje Mander<sup>32</sup>, když poukazuje na technická omezení při zaznamenávání nočních demonstrací. Do zpravodajského příspěvku se dostanou jen záběry tzv. „viditelných skutečností“, to znamená pouze záběry, které bylo možno vzhledem k technickým omezením (např. citlivosti snímacího prvku, osvětlení apod.) natočit. *Televizní líčení nočních bouřlivých demonstrací a protestů se pravidelně zaměřuje na snímky ohně, i kdyby mělo jít jen o obyčejnou hořící popelnici, protože právě oheň poskytuje vhodné osvětlení nutné k natáčení. Odtud plyne, že pouliční výtržnosti ve městech jsou často popisovány s ohledem na „viditelné skutečnosti“, jako je právě požár, a nikoli na základě rozboru komplikovanějších faktorů. Viditelné skutečnosti však samozřejmě pokrývají pouze jednu rovinu jevu a mají tendenci složitější události spíše zkreslovat<sup>33</sup> a mohou také dramatizovat. Výběrem záběrů a jejich sestřiháním se z celkově poklidné události může stát drama.*

<sup>31</sup> MONACO, J. *Jak číst film*. s. 164.

<sup>32</sup> MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*.

<sup>33</sup> MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. s. 268.

Záběr definuje pozici, ze které byl obraz vytvořen. Je to hranice mezi prostorem, do kterého je nám dovoleno nahlédnout. Měli bychom si na nich všimnout především těchto výrazových prostředků:

### 2.1.2.1 VZDÁLENOST OBJEKTU OD KAMERY

Existuje šest základních kategorií velikosti záběrů:

- velký celek (obvykle používaný na uvedení diváka do prostředí, plní informační a orientační funkci, lokalizuje místo a částečně i dobu události, odpovídá na otázku KDE),
- celek (soustředí se na hlavní téma, ukazuje např. skupinu lidí, odpovídá na otázku KDO),
- polocelek (dále přibližuje diváka k tématu, např. záběr na hlavního aktéra zprávy, také identifikuje hlavní subjekty události, konkretizují vztahy mezi nimi a soustřeďují se na jejich akci, opět odpověď na KDO),
- polodetail (např. část těla nebo přístroje, odpovídá na JAK, PROČ, proto se často užívá na synchrony, tzv. „mluvící hlavy“),
- detail (eliminuje význam okolí a přenáší pozornost na hlavní subjekt nebo rozhodující článek zobrazované skutečnosti, např. detail tváře, opět otázky JAK, PROČ),
- velký detail (např. část tváře)

Ve zpravodajství je z hlediska inscenace nejproblematictější používání posledních dvou typů – detailu a velkého detailu. Tyto prvky mají silný emociální a dramatizační účinek<sup>34</sup>, chtějí na něco upozornit. Obtížné je ale určit hranici, kdy detail slouží k lepší orientaci (záběr textu neplatné smlouvy) a kdy už se jedná o inscenační prvek (rozbitý nábytek v reportáži o týrané ženě). Nevhodně (pro zpravodajství) použitý detail by se dal poznat například tím, že hraničí s narušením intimního prostoru aktéra.

Normální vzdálenost od kamery je v televizi polocelek až detail, díky kterým se divák dostává do intimního, příjemného vztahu s postavami na obrazovce. (Detail není příliš vhodný pro film, který je primárně určený pro velká plátna kin.)

---

<sup>34</sup> LOKŠÍK, M. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství*. In *Zpravodajství v médiích*. s. 75.

Na interpretaci obsahu záběru se podílejí také různé vzdálenosti od kamery. Ty konotují různé sociální významy. Sociální role jsou vyjadřovány prostřednictvím fyzické vzdálenosti. Menší vzdálenost mezi kamerou a subjektem může působit dramatickým dojmem. Osoby, které jsou dál od kamery (tedy také od diváka), naopak působí neutrálním nestranným dojmem. Zatímco respondenti jsou natáčeni v polodetailním záběru, v závěrečném stand-upu je televizní zpravodaj natočen ve větším odstupu, aby se zdůraznila skutečnost, že je nestranným a nezúčastněným pozorovatelem.<sup>35</sup>

### 2.1.2.2 ÚHEL ZÁBĚRU

Na úvod je třeba zopakovat, že práce zpravodajských štábů podléhá řadě konkrétních technik, které mediální pracovníci aplikují většinou neúmyslně, ale které mohou vést ke vzniku mediálních konstrukcí. Tyto techniky můžeme také nazvat mediálními rutinami, což jsou *ustálené, opakované a často neuvědomělé vzorce profesního jednání novinářů*<sup>36</sup>.

Na jednu z nich upozorňuje Tuchmanová<sup>37</sup>: v případě, kdy jsou na místě natáčení přítomní i jiní novináři, kameramani nikdy nevyhledávají vyvýšená místa. Celkový záběr z ptačí perspektivy by totiž ukázal, že kameraman zdramatizoval vcelku poklidnou událost. Důvěryhodnost a fakticita zpráv by pak mohla být napadena. Televizní zpravodajský materiál se musí vyvarovat jakéhokoliv náznamu, že novináři události vytvářejí.

Zpravodajství využívá především pohledu z výšky očí (v anglické literatuře tzv. head-on), tj. o něco méně než dva metry nad zemí, protože podporuje zdání fakticity. Použití jiných úhlů může v divákovi vyvolávat různé pocity. Například použití podhledů může probouzet pocity napětí nebo úzkosti. Krátkoohniskový objektiv efekt ještě umocňuje. Podhled také nutí diváky dívat se dolů na postavu nebo objekt a vyvolává tak dojem, že postava či objekt má nízkou, podřízenou pozici.

Nadhled se často užívá, aby naznačil pozici síly – diváci se musejí podívat na postavu směrem nahoru; takže je nadhled konvenčně používán, aby reprezentoval hrdinu.

Zatímco jednotliví respondenti jsou téměř výhradně natáčeni z výšky očí, shromáždění nebo násilné bouře jsou často natáčeny z nadhledu. Tato perspektiva je vyhrazená hlavně pro snímání neživých objektů, účastníky akce symbolizuje jako

<sup>35</sup> TUCHMAN, G. *Making News*. s. 115-121.

<sup>36</sup> REIFOVÁ, I. a kol. : *Slovník mediální komunikace*. s. 74-75.

<sup>37</sup> Ibid.

neadresný dav. Média se tím snaží minimalizovat emoce ve zpravodajství. Jestliže se ale kameraman postaví doprostřed davu, záběry mohou působit dramaticky. Některé akce, například demonstrace, často dramatické jsou, ale umístěním záběrů mezi emocionálně působící lidi se reportáž může postavit právě na stranu demonstrantů.

Tyto dojmy jsou ovšem pouze konvence, výsledný dojem závisí také na kontextu.<sup>38</sup> Záleží i na technických možnostech záznamu (někdy není možné pořídit záběr točený z výšky očí) nebo na tom, jestli chce štáb reportáž ozvláštnit zajímavým úhlem (takový postup ale nemá nic společného s nezaujatým zpravodajstvím).

Do této sekce patří i **naklonění kamery**, které se ve zpravodajství objevuje zřídka (v *Událostech* použili např. pětáctyřicetistupňové naklonění kamery kombinované se záběrem skrz mřížku, které se objevilo v reportáži o psychiatrické léčebně). Jakékoli odklonění od normy (tj. nulové naklonění kamery) je inscenačním prvkem.

### 2.1.2.3 POHYB KAMERY

Neutrální je pohyb kamery po vlastní ose, který zahrnuje panorama (povolné otočení o 180°, vlastně simuluje rozhlédnutí člověka), jízda kamery (všemi směry, napodobuje pohyb) a přiblížení, tzv. zoom (ačkoli technicky není pohybem kamery; ta zůstává na svém místě, kopíruje zaměření pozornosti).

Realitu ve zpravodajství konstruuje subjektivní kamera, a to především ta ruční, tzn. roztřesený obraz, rychlé švenky atd. Subjektivní kamera se pokouší simulovat pohledy nebo pocity osob. Pokouší se být akcí. Poznáme ji podle toho, že dění nesleduje jako nezúčastněný objektivní pozorovatel. Subjektivní kamera se nedívá na scénu, ona přímo *je* ve scéně.<sup>39</sup>

Jako subjektivní se mohou jevit záběry amatérů, např. hasičů, policistů nebo civilních osob, které jsou svědky nějaké události a probíhající dění zachytí (tomu napomáhá i rozvoj techniky, lidé vybavení například mobilním telefonem s kamerou mohou zachytit záběry, které by dříve nebylo možné zaznamenat). Tyto záběry ale pocházejí přímo z místa a času děje, navíc jsou označené jako amatérské (nepocházející od

---

<sup>38</sup> LACEY, N. *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies*. s. 16.

<sup>39</sup> THOMPSON, R. *Grammar of the Shot*. s. 20.

pracovníků zpravodajství), takže divák jistou míru subjektivity u nich čeká. Mají sice dramatický efekt, ale pokud situace dramatická byla, pak pomáhají divákovi zprostředkovat skutečnost. Použití amatérských záběrů není příliš problematické. Vyloučit ale nelze jejich zneužití.

#### 2.1.2.4 OSVĚTLENÍ

Je rozdíl mezi tím, jak naše oči vidí svět okolo nás a verzí interpretovanou kamerou. Člověk se kolem sebe může svobodně rozhlédnout a rychle si vytvořit dojem z toho, co vidí. Televizní divák takové možnosti nemá.

To, že něco vidíme, nestačí. Záběr by měl diváky upoutat a udržet jejich pozornost. Dobře zvolený úhel pohledu a upravená kompozice jsou důležité, ale účinné osvětlení dodává záběru rozměr.<sup>40</sup>

Nesprávné osvětlení může záběr zkazit. Především záblesky světla z pozadí nebo odražející se od různých objektů nebo také stín nějaké osoby padající kupříkladu na mapu. Někdo může ukazovat na detaily, které na kameře nejsou kvůli špatnému osvětlení vidět. Největší „škodu“ ale špatné osvětlení může způsobit na lidech – způsobí tmavé kruhy pod očima, bledou či do modra zbarvenou pokožku, stíny pod bradou a pod nosem, svítící čelo nebo uši. Všechny tyto chyby odvádějí divákovu pozornost. Dokonce mohou ovlivnit mediální obraz člověka – sympatie diváků se zmenšují, když se jim respondent na obrazovce nelíbí.

Z těchto nekvalitních záběrů v televizi nejčastěji vidíme ty, na kterých je respondent osvětlený ostrým světlem (pokožka se zdá bledší, vrásky jsou výraznější, respondenti také někdy mhouří oči) a kde je respondent či reportér oproti pozadí příliš tmavý a tzv. „utopený“. Divák pak má tendenci spíše vnímat pozadí než tmavou siluetu v popředí.

#### 2.1.3.5 REKONSTRUKCE

---

<sup>40</sup> MILLERSON, G. *Lighting for Video*. s. 10.

Na závěr chci upozornit na metodu rekonstrukce, která je jedním z nejméně výrazných inscenačních prvků. Použití této metody je efektní, ve zpravodajství se ale jedná o hrubou manipulaci, která by měla být vždy výrazně označena.

Jedná se o jeden z typů zprostředkované (mediované) činnosti. Tento typ jednání je prezentován, jako by byl součástí skutečného chování lidí v každodenním životě. Jednotlivci se na záběrech věnují svým obvyklým aktivitám, ovšem skutečnost, že se tyto činnosti nahrávají a posléze vysílají (a že o této skutečnosti nahrávání lidé vědí), může ovlivnit jak povahu činnosti, tak její průběh. *Už sama možnost, že člověk bude natočen a jeho počínání bude zprostředkováno televizním divákům, může změnit jednání i vzájemné reakce, a to i v kontextu každodenního života.*<sup>41</sup> Nahrávání lidé totiž zaměřují své chování i na nepřítomné příjemce.

Otevřeným inscenačním prvkem pak je **simulovaná každodenní činnost**, která se objevuje ve chvílích, kdy lidé *předstírají*, že jsou zaujati nějakou běžnou činností nebo interakcí, a to s jediným účelem – aby byli natočeni, tedy aby vytvořili událost, která je pro televizi použitelná. Jako příklad může sloužit voják, který vypálí do vzduchu jen proto, aby vyvolal dojem vojenského střetu probíhajícího v danou chvíli na daném místě.

I když je toto chování simulované, liší se od opravdové fikce právě tím, že k němu dochází v kontextu skutečného života a že je prezentováno, jako by bylo skutečné.<sup>42</sup>

Rekonstrukční princip může být zaměnitelný s autentickým realizačním principem. Bezprostřední, reportážní, přímé snímání bylo základem kinematografického zobrazování. Kameraman natáčí nepřipravenou a neupravenou skutečnost v její autentické podobě a v autentickém vývoji. Snímaná akce je často neopakovatelná, probíhá zcela nezávisle na kameramanovi. Ten někdy nezná její byť jen přibližný vývoj v nejbližších okamžicích.<sup>43</sup>

Rekonstrukční princip má daná pravidla hry. Nemusí být použitý jen u akcí jedinečných. Použit se může i tehdy, kdy štáb nechce své autentické hrdiny znervóznit složitými přípravami, které naruší jejich klid a nepříznivě tak ovlivní autentičnost jejich projevu

Rekonstrukční a autentický realizační princip pracují se stejnými jevy a lidmi a s jejich autentickými projevy. Rozdíl mezi nimi je v tom, že u rekonstrukčního principu

<sup>41</sup> THOMPSON, J. B. *Média a modernita*. s. 87.

<sup>42</sup> THOMPSON, J. B. *Média a modernita*. s. 89.

<sup>43</sup> NAVRÁTIL, A. Krátkometrážní tvorba. In *Filmové technické minimum*. s. 50.



můžeme potřebné akce libovolně opakovat. Rekonstrukce neopakovatelné akce, vydávající se za autentický záznam, porušuje etická pravidla, protože vydává fikci za realitu. Kdyby zpravodajství trvaleji překračovalo *hranici mezi dokumentárností a fikcí, zrušilo by samo sebe, podstatu a smysl své existence, která je založena právě na otevřeně přiznaném a dodržovaném přímém vztahu k realitě existujícího světa.*<sup>44</sup>

### 2.1.3

### STŘIH

V reportážích se uplatňuje hlavně volnější zpravodajský střih, kameraman totiž musí pružně reagovat na probíhající události, a nemůže vždy pod tlakem okolností dodržet klasickou záběrovou triádu.<sup>45</sup>

„Filmový střih“ se více uplatňuje v publicistických materiálech. Při jejich natáčení je možné některé sekvence zopakovat nebo dokonce inscenovat. Ve zpravodajství by se objevovat neměla (viz výše). Libor Ungermann ve své diplomové práci<sup>46</sup> několikrát upozorňuje na to, že televize Nova pravidelně využívá policistů, kteří jim v reportážích rekonstruují nějakou svou činnost. Jako příklad uvádí materiál ze 4. října 2002, kdy Nova odvysílala reportáž o cirkusácích, kteří napadali policistu. V reportáži „hrají“ uniformovaní policisté, rekonstrukce střetu je velmi sugestivní.

Ačkoliv proces kompletace zpravodajského příspěvku může na první pohled působit jen jako technický, bezpříznakový prostředek a nutný krok k odvysílání relace, nelze tvrdit, že střih zpravodajského materiálu je jen mechanické neutrální skládání a slepování natočených záběrů k sobě. Ve skutečnosti určuje časovou a prostorovou perspektivu.<sup>47</sup> Střih sám o sobě nese určitý čas. Divák vnímá filmový čas (ve zpravodajských příspěvcích zpravodajskou obrazovou zkratku) jinak než čas reálný, ve kterém pořad sleduje.<sup>48</sup> Zpravodajství se ale v zájmu zachování důvěryhodnosti vyhýbá zdání, že s časem a prostorem manipuluje.

Střihová skladba má závažnější úkol, než jen mechanicky řadit záběry a dále spojovat vizuální stránku zprávy se zvukovou. Střihová skladba je postup, jímž se

<sup>44</sup> Ibid. 52.

<sup>45</sup> KUČERA, J. *Střihová skladba ve filmu a v televizi*. LOKŠÍK, M. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství*. In *Zpravodajství v médiích*.

<sup>46</sup> UNGERMANN, L. *Emoce v televizním zpravodajství*.

<sup>47</sup> EPSTEIN, J. *Poetika obrazů*. s. 243.

<sup>48</sup> PAVLÍČEK, L., CÍRKVA, Č. *Střihová skladba*. In *Filmové technické minimum*. s.148.

dokončuje a vrcholí tvůrčí proces filmového nebo televizního díla.<sup>49</sup> Střih zpravodajského materiálu podléhá rutině, nebo určité střihové operace vyžaduje struktura a organizace televizních institucí.

Jednotlivé zpravodajské příspěvky mají k dispozici velice krátkou stopáž. Zpravidla se jedná o desítky sekund. Často se potýkají s problémem, jak vtěsnat delší reálný čas do televizní zprávy. *Přílišné zkrácení záběrů často vede k nesrozumitelnosti obsahu.*<sup>50</sup> Dojít může také k deformaci časové orientace diváka. Střih může zařídít, že vcelku poklidná událost se díky krátkým dynamickým záběrům zdá dramatická. *I v případě, kdy se skutečná událost ukáže jako nečekaně nedramatická, televize je schopna využitím prostředků střihové skladby vytvořit iluzi velkého dramatu.*<sup>51</sup>

Příběh televizní reportáže vytváří především reportér. To, jak událost zpracuje, ovlivňuje řada prvků, mezi nimi jeho individuální vlastnosti, ale i to, jaké informace a záběry má k dispozici (kameramanovi se nemusí podařit zachytit nejdůležitější okamžiky události). Výslednou podobu zprávy ale pravděpodobně nejvíce ovlivňuje řada mediálních rutin.

Je to většinou právě reportér, kdo vybírá, které záběry budou použity, jak budou řazeny za sebe, jaké vyznění bude „příběh zprávy“ mít. Je to on, kdo rozhoduje o **rozsahu času**, který bude v reportáži věnován jednotlivým aktérům. To, jestli jednomu člověku věnuje patnáct vteřin a druhého nechá říct pouze jednu větu (ač ta věta může mít stejnou vypovídací hodnotu jako patnáctivteřinový výrok), není lhostejné. Distribuce času je zároveň určitým hodnocením důležitosti aktérů a relevance jejich výpovědi k danému tématu.<sup>52</sup>

Je to opět reportér, kdo se rozhoduje, na kterou **stranu konfliktu** se přikloní, ačkoli by se zpravodajství mělo snažit o nestrannost. Jenže už tím, z jakého místa jsou pořízeny záběry, se reportér staví na jednu ze stran. Pokud při násilném střetu dvou stran pořídí záběry ukazující situaci pohledem pouze jedné strany, pak tento pohled přenáší i na diváka. Opačná situace by nastala, kdyby záběry byly pořízeny z nadhledu, z ptačí perspektivy. Pro diváka by pak bylo snadnější přijmout názor, že dav představuje jen křičící masu lidí, krátce – chaos.

<sup>49</sup> KUČERA, J. *Střihová skladba ve filmu a v televizi*. s. 15.

<sup>50</sup> PAVLÍČEK, L., CÍRKVA, Č. *Střihová skladba*. In *Filmové technické minimum*. s.150.

<sup>51</sup> MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. s. 311.

<sup>52</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. s. 101.

Zpracování tématu zahrnuje také **výběr výroků a názorů**, které by měly ve zpravodajském příspěvku zaznít. Obvykle zazní hlasy obou stran (případného) konfliktu a hlas odborníka. Je to opět mediální organizace, kdo vybírá, které hlasy budou vpuštěny do vysílání. Dva odborníci v jednom oboru jsou stále individuality, mají jiné psychické vlastnosti a subjektivní názory na tutéž událost. I odborníka (i když je vybraný jako osoba nezávislá a objektivní) ovlivňují jeho vlastní názory.

Zpravodajské redakce si rovněž vytvářejí okruh odborníků (nebo lidí schopných zasvěceně mluvit k určitému tématu). Pokud se vyskytne reportáž na takovéto téma, často redakce čerpají právě ze svých okruhů už alespoň jednou osvědčených osob. Jeden odborník tak svůj názor může ve zpravodajství prezentovat třeba několikrát do roka, další odborník (s poněkud odlišným názorem) se ke slovu vůbec nedostane jednoduše proto, že ho televize nevpustí do vysílání. Výpovědi respondentů jsou často citově zabarvené.

Zajímavé je také sledovat, na jaké místo reportáže jsou určité výroky zapojovány. Vezměme si tento fiktivní příklad: mladí soudní čekatelé si stěžují na prezidenta, který je pro jejich údajně nízký věk nechce jmenovat soudci. Tvůrci reportáže na její začátek zařadí prezidentův výrok, kde klidně a logicky vysvětlí svůj postoj a označí druhou stranu za nevyspělé osobnosti, které svým postojem jen tuto nevyspělost prokazují. Až poté je dovoleno vyjádřit se čekatelům, kteří svůj názor možná nebudou prezentovat tak klidně jako prezident. Divák nejdříve slyšel společensky významnou osobnost, která svým výrokiem definovala událost. Druhá strana promluvila až poté, co byla označena nějakou nálepkou.

Podobně můžeme argumentovat u headlineů *Událostí* České televize, které jsou velice snadno zneužitelné. Pravidelně se v nich totiž objevují výroky osob spojených s děním popisovaným ve zprávě. Tyto výroky jsou po úvodním slově moderátora prvním, co se diváci o události dozvědí. Jejich úsudek pak může být ovlivněn právě prvními slovy, která zazní.

Známý rétor Khan-Panni<sup>53</sup> na druhou stranu uvádí, že pokud je sdělována nová informace, pak člověku neznalému tématu je třeba popsat základní definici situace. Je ale také pravda, že média u nás často podléhají tlaku rétoriky politiků a přijímají ji za svou a šíří ji. Politik pak tuto situaci může zneužít a jednu větu (definující to, co chce, aby bylo

---

<sup>53</sup> KHAN-PANNI, P. *Mluvte k věci!*

divákům sděleno) opakuje stále dokola různým médiím. Ty pak tyto výroky použijí. (Důvodem pro vznik některých zpráv jsou právě výroky politiků nebo jiných veřejně činných osob.)

Všechny výroky ve zprávě jsou podřízeny struktuře příběhu zprávy (pokud použijeme výše uvedený příklad prezidenta a soudních čekatelů, pak by stačilo pouze otočit pořadí výroků a příběh by se přiklonil na stranu čekatelů). Žádný z hlasů jednoduše „nemluví“. Podle Hartleyho je to stejný princip jako v románu: dialog patří postavám, ale je vytvořen autorem. O smyslu toho, co daná osoba řekne, bude rozhodnuto zařazením výroku do kontextu zprávy. Výroky pak dodávají zprávě punc autenticity.<sup>54</sup>

V této souvislosti je třeba zmínit **formu dialogu**, která se v reportáži objeví. Ta totiž nemusí nabývat pouze podoby otázka-odpověď. Tvůrce (tvůrci) reportáže se například rozhodnou ukázat, že respondent nechtěl odpovídat a stejná otázka je mu kladena několikrát. Přitom to, že dotyčný neodpovídá, nemusí nutně znamenat, že je mu téma rozhovoru nepříjemné. Ovšem zobrazený fakt, že odpovídat nechtěl, už tvaruje jeho reprezentaci. Záběry premiéra Topolánka, který prakticky utíkal před novináři dotazujícími se na jeho názor na to, že vicepremiér Čunek údajně přijal úplatek, působily na diváka jednoznačně negativně.

**Situace**, při které je aktér zprávy zachycen, totiž může vést k přenesení vlastností situace na samotného aktéra a být vztahovaná na jeho povahu a charakter.<sup>55</sup> Hartley upozorňuje na to, že určité skupiny oslovovaných lidí jsou zobrazovány v odlišném kontextu. Dělníci jsou více zobrazováni, jak odpovídají ve skupinách, na ulici, v hlučném prostředí atd., zatímco management je zachycován v prostředí, které propůjčuje autoritu jejich výrokům. Nabízí se ale otázka, kde jinde je točit. Pokud chce médium zobrazit realitu, nemůže dělníka posadit do kanceláře jen proto, aby mu dodalo autoritu. Pokud by tak učinilo, inscenovalo by, pokoušelo by se diváka přesvědčit, že dělník má větší vliv a vážnost než manažer nebo vedoucí firmy.

Jiná situace ovšem nastane, pokud je jedné straně dovoleno se k události vyjádřit, případně vysvětlit své jednání, kdežto jednání druhé strany je vysvětleno komentářem reportéra.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> HARTLEY, J. *Understanding News*. s. 110.

<sup>55</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. s. 101.

<sup>56</sup> HARTLEY, J. *Understanding News*. s. 73.

Pokud ještě zůstaneme u výpovědí respondentů, pak zajímavým prvkem je u nich způsob, jakým jsou sestříhány. Reportér má dvě možnosti, jak výpověď upravit (rozuměno zkrátit) – buď stříh přiznat (bílé záblesky) nebo vložit prostřih (například sledující publikum nebo ilustrační záběry), kdekoli je stříh nutný.<sup>57</sup> Prostřihy jsou dnes často nahrazovány otevřeným přiznáním stříhu.

Stříh také pomáhá **spojovat obraz se zvukem**. Uspořádání jednotlivých zvuků a záběrů může ovlivňovat, jak divák vnímá aktéry zprávy. Fiske uvádí příklad dělnické demonstrace z Walesu, kterou odvysílala britská BBC<sup>58</sup>. V analýze si Fiske všímá především toho, jakým způsobem jsou prezentována protichůdná stanoviska demonstrantů a vlády. Hlasy ministerské předsedkyně Thatcherové a televizního komentátora jsou srozumitelné. Hlas opozičního velšského politika přehlušuje hluk z ulice. Konec jeho komentáře „Bůh ví, co se může stát“ ve smyslu negativního dopadu demonstrace na nezaměstnanost v regionu, je překrytý záběrem, ve kterém na kapotu vládního vozu přiletí z davu vejce a následným zatýkáním demonstrantů. Fiske uvádí, že v tomto případě se synchronní výpověď stane komentářem a ve vztahu s obrazem dostane zcela nový protichůdný smysl.<sup>59</sup>

Výjimečně se ve zpravodajských příspěvcích objevuje i **hudba**, která nebyla součástí natáčené skutečnosti. V některých případech může hudba proniknout do zpravodajského příspěvku odlehčeného typu jako falešný synchron k podpoření atmosféry. V poslední době ji média nejvíce využila u reportáží o smrti hudebního skladatele Karla Svobody. Jeho hudba se v reportáži neobjevila jako gerojš (jako zvuk v pozadí by byla akceptovatelná), ale podkreslovala doprovodné záběry a byla součástí reportáže stejně rovnocennou jako synchrony nebo komentář. Její účel byl jednoznačný – diváka dojmout.

Hudba může být použita i k tomu, aby podpořila mýtus – například spojení záběrů bílých vesnických stavení s dechovkou. V případě zprávy o Svobodově smrti byla použita emotivní hudba ze seriálu *Cirkus Humberto* k podpoření mýtu Svobody jako velkého českého hudebního skladatele.

### 2.1.3.1 REPREZENTACE

<sup>57</sup> HARTLEY, J. *Understanding News*. s. 112.

<sup>58</sup> FISKE, J. *Introduction to communication studies*. s. 63 – 73.

<sup>59</sup> *Ibid.* s. 73.

Při kompletaci zpravodajského příspěvku, tedy při střihu, vznikají reprezentace. Média totiž dávají lidem nálepky, které jsou označením pro jejich povolání nebo status. Mají sklon některé aktéry zpravodajských příběhů zobrazovat určitým ustáleným způsobem a tím vytvářejí jejich mediální reprezentace.

Ty vznikají opakovaným výběrem a zdůrazněním určitých atributů popisovaného a opomíjením atributů jiných. Reprezentace tak mimo jiné vypovídají o optice konkrétního média.<sup>60</sup> Patří sem například obraz policisty, který podává podrobnosti k loupeži, nebo nezávislého odborníka, referujícího o novém typu přepravního letounu. Jedná se o **typy** (rozuměno jako jedna z úrovní reprezentace), které jsou ukazovány jako lidské bytosti, ale *charakteristické jsou více tím, co reprezentují, než tím, že by to byly jedinečné lidské bytosti*.<sup>61</sup> Na rozdíl od stereotypů typy neexistují v reálném světě.<sup>62</sup>

**Stereotypy** se ve zpravodajství objevují po delší dobu, mohou to být například černé taxíky a Big Ben jako stereotyp spojovaný s Londýnem nebo muž s dlouhými vousy a turbanem jako stereotyp Inda. Ve zpravodajství nalezneme také **archetypy**. Archetypální reprezentace souvisejí s mytickým rozměrem zpráv, může se jednat například o klasický souboj dobra a zla, dosažení úspěchu pomocí píle atd.

Právě archetypy jsou základem pro strukturu zprávy, s nadsázkou lze říci, že některé zprávy jsou napsané dřív, než k nim dojde, pouze se doplní měnící se jména a místa. Tato praxe nejen urychluje práci reportéra, ale usnadňuje i pochopení sdělení ze strany příjemce. Není třeba dodávat, že výsledkem je nehluboká zpráva, která se může (a nemusí) soustředit pouze na určité aspekty události tak, aby děj zapadl do předem dané struktury. Napomáhá tomu i výběr hlasů, které jsou vpuštěny do vysílání. Tyto hlasy vždy odpovídají známým sociálním rolím – politický vůdce, oběť atd. Tyto role jsou následně zapojeny do narativní struktury zprávy. Vzniklé reprezentace nabízené zpravodajstvím se mohou různě odlišovat od reality.

Vedle reprezentace lidí samozřejmě existují i reprezentace institucí (jako je policie nebo škola) či představ (jako jsou kupříkladu představy o rodině a rodinném životě). Díky médiím se reprezentace dostávají k příjemcům opakovaně. To ale neznamená, že média

---

<sup>60</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. s. 91-92.

<sup>61</sup> BURTON, G.; JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. s. 196.

<sup>62</sup> LACEY, N. *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies*. s. 133.

nutně vytvářejí stereotypy. Daleko pravděpodobnější je, že je posilují a dodávají jim věrohodnosti.<sup>63</sup>

Je nutné také připomenout, že v obsazích zpravodajství médium reprezentuje nejen mimomediální aktéry a události, ale i samo sebe (a své představitele). Každá zpravodajská organizace se snaží v příjemci vzbudit pocit důvěryhodnosti a nejvyšší aktuálnosti. *I zpravodajské obsahy tak zahrnují určité přesvědčovací postupy, které se snaží příjemce sdělení přesvědčit, že je dobře, že vyhledal právě toto médium a spotřebovává právě jeho zpravodajství.*<sup>64</sup> Ty se mohou projevit například řazením reportáží (vlastní investigativní příspěvky jsou zařazeny na začátek relace) nebo pokusem o vyvolání „exkluzivity“, dojmu, že v jiných zpravodajských relacích neuvidíte to, co „u nás“ (promluvy typu „Naší televizi se jako jediné podařilo zjistit...“). Můžeme se jen ptát, co mají tyto postupy (stejně jako self-promotion) společného s objektivními informacemi.

Za stereotypní prezentací postav nebo institutů se ve zpravodajství ale těžko můžeme hledat záměr diváka ovlivňovat nebo mu podsouvat nepravdy. V naprosté většině případů se jedná o zjednodušení, které se ve zpravodajství objevuje kvůli omezenému prostoru a nutnosti rychle a stručně charakterizovat aktéry zpravodajského příběhu. Podle Laceyho dávají tato zjednodušení našemu světu smysl (to, že neukazují svět kompletní, neznamená, že by byly nepravdivé), dále slouží jako zkratky (například okamžitá identifikace místa), svým používáním vypovídají něco o naší společnosti a jsou také vyrovnání společenských hodnot.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> BURTON, G.; JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. s. 201.

<sup>64</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. s. 99.

### a) 3. VÝSLEDKY TÝDENNÍHO SLEDOVÁNÍ

#### b) VYBRANÝCH RELACÍ

Jako sledovaný týden jsme vybrali pondělí 26.3. až neděli 1.4. 2007. Úmyslně jsme zařadili víkend (je méně nosných zpráv, ale stopáž relace se musí dodržet) a aprílový první duben (zpravodajské redakce si tohoto data mohou všímat) – u obou je větší pravděpodobnost odlehčených reportáží, ve kterých se inscenační prvky používají častěji.

Nalezené prvky uvádím v pořadí, ve kterém se jim věnuji v teoretické části práce. Je ovšem nutné upozornit, že některé z nich (např. metonymie, rozsah času nebo simulovaná každodenní činnost) se hůře dokazují.

Počet inscenačních prvků je ovlivněn délkou jednotlivých relací. Prima má ze všech tří televizí nejkratší zpravodajskou relaci a délka jejích zpravodajských příspěvků je řádově o desítky vteřin kratší, než je tomu u ČT a Novy.

V této části práce se také zmiňuji o pořadí zpráv v relaci. Česká televize má jako jediná stále zahraniční zpravodaje. Je proto pochopitelné, že v *Událostech* budou zahraniční kauzy zařazeny spíše do první poloviny relace, protože je zpracují reportéři ČT a jedná se tudíž o vlastní příspěvky. Je přirozené, že agenturní zprávy, se kterými pracují komerční televize, jsou zařazeny spíše později.

Pořadí, ve kterém jsou relace zpracovány, jsme určili podle času, kdy začínají. *Události i 1. zprávy* podle televizního programu začínají v 19:00, headliny zpravodajské relace ČT ale začínají několik vteřin před sedmou hodinou, proto *Události* dostaly přednost.

Fakt, že se některým inscenačním prvkem na následujících stránkách nezabývám, neznamená, že se ve zpravodajství jednotlivých stanic neobjevuje. Pouze nebyl přítomen ve sledovaném týdnu.



### 3.1 UDÁLOSTI (ČESKÁ TELEVIZE)

Ve sledovaném týdnu se v *Událostech* objevil pouze jeden přímý přenos, ten jsem ale kvůli níže zmíněným důvodům zařadila do **self-promotion** prvků. Ty se v relaci objevily téměř každý den:

- ⊗26.3 v páté minutě upoutávka na pořad *Reportéři ČT*,
  - ⊗27.3. po prvních dvou reportážích upoutávka na *Události, komentáře*,
  - ⊗30.3. upoutávka na *Události, komentáře* (až ve druhé polovině), ten samý den zpráva o 100. díle pořadu Jana Krause *Uvolněte se, prosím*, obsahující informace o tom, kdo bude hostem jubilejního pořadu, kolik lidí už se vystřídalo na Krausově červené pohovce, informace o tom, že někteří hosté se do pořadu sami nabízejí atd.
  - ⊗31.3. upoutávka na nedělní *Otázky Václava Moravce*, dále živý vstup upozorňující na to, že od 20:00 se na ČT2 vysílá předávání *Cen Alfréda Radoka*. Reportér v něm opakuje už dříve známé informace, poté přikleká k respondentovi (vedoucí dramaturgie ČT Ondřej Šrámek, který diváky přesvědčuje, že na přenos se má cenu dívat, ačkoli byly výsledky omylem prozrazeny předem). Toto gesto – přikleknutí – přitom není tradiční, v divákovi vyvolává otázky, proč respondent nemohl stát (zdali má např. zlomenou nohu atd.)
  - ⊗1.4. upoutávka na *168 hodin*, dále reportáž založená na výroku Topolánkova poradce Marka Dalíka v *Událostech, komentářích* (televize tímto způsobem podporují pocit důležitosti svých pořadů).
- c)

Během vysílání se několikrát na obrazovce objevily „záložky“, pravidelně pak po upoutávkách, pravděpodobně proto, že průběh pořadu už byl stejně narušen self-promotion prvkem.

*Události* se ve sledovaném týdnu nevyhnuly ani použití **mýtů**, např. 26.3. se ve zprávě o snížení emisních povolenek pro Českou republiku objevily komíny, ze kterých se valil šedý dým. Ve skutečnosti ale kysličník uhličitý šedý kouř nezpůsobuje. Divák ze zprávy mohl nabýt dojmu, že CO<sub>2</sub> je jednoznačně škodlivou látkou.

Častěji se tento pořad podílel na **reprezentaci aktérů zpráv**. Tu ovlivní například i fakt, že hlavní aktér zprávy (resp. ten, jehož výrok nebo čin je důvodem jejího vzniku) se ve zprávě k tématu pro televizi nevyjádří. Tak tomu bylo i ve zprávě z 26.3., kdy „spouštěčem“ zprávy byl výrok premiéra Mirka Topolánka v tisku – Topolánek se vyjádřil k odchodu Jiřího Čunka z vlády, ale v reportáži se objevil jen na ilustračních záběrech. Stejný den se v *Událostech* objevil příspěvek o večírku české fotbalové reprezentace, na kterém se měly objevit i prostitutky. Fotbalisté se k věci odmítali sami vyjadřovat, médiím dali k dispozici pouze oficiální výroky na narychlo uspořádané tiskové konferenci. Ve zprávě se objevil až výrok trenéra Brücknera, zaznamenaný ČTK. Tím, že se trenér k situaci samostatně vyjádřil a jeho svěřenci už ne, může být ovlivněn jejich mediální obraz.

27.3. se ve zprávě o výročí ukončení otrokářství objevují plačící potomci afrických otroků, tyto záběry jsou doprovázeny např. výrokem „*Je mi líto, čím museli moji předci projít.*“ Reprezentace těchto lidí pak působí velmi emotivně.

28.3. odvysílala ČT příspěvek o tom, jak lze obelstít mýtný systém firmy Kapsch. Ve zprávě se objevuje i výrok generálního ředitele české pobočky firmy Karla Feixe, při němž se dívá přímo do kamery. V této souvislosti bych ráda připomněla výzkum Baggaleyho a Ducka (viz ZPRAVODAJSKÉ RELACE – SERIALITA, ZÁBAVNOST A KVAZIDŮVĚRNÉ VZTAHY), který dokázal, že diváci lépe reagují na respondenty, kteří jsou zobrazení ve třičtvrtěčném profilu a mluví tak spíše s reportérem mimo obraz. Diváci jsou na toto zobrazení zvyklí a porušení této praxe působí rušivě, diváci mohou člověka, který k nim promlouvá skrze kameru a přitom „by to neměl dělat“, vnímat negativně.

Aktéry zpráv ovšem nemusejí být jen fyzické osoby. 27.3. bylo ve zprávě o výskytu zdraví nebezpečných hraček řečeno „Tuto hračku jsme koupili v Kotvě“ a 29.3. zase Základní škola v Jílovém u Prahy figuruje jako škola, kde dochází k násilí mezi dětmi (přitom zpráva byla o dětském násilí jako takovém). V obou případech byla negativně ovlivněna reprezentace těchto subjektů. Naopak zpráva z 1.4. o české vojenské jednotce opouštějící kábulské letiště přispěla k pozitivní reprezentaci této jednotky (všechny výroky, které ve zprávě zazní, jsou jednoznačně pochvalné).

**Uvozování atmosféry:** 26.3. ČT odvysílala zprávu týkající se aktivit myslivců vedoucích k větší bezpečnosti zvířat na silnicích. Zprávu uvozovala noční jízda autem (subjektivní kamera), kterému do cesty vběhne zajíc. Tyto záběry nejsou nijak označeny,

proto se můžeme domnívat, že jízdu štáb zinscenoval. Ve stejné reportáži se později objevují drasticky působící fotografie přejetých zvířat (fotografie jsou nasnímané v detailu, což ještě podporuje emotivní dojem). Stejně postupovali i autoři reportáže z 28.3. (týkala se zanedbaných zvířat). Ve zprávě se objevily záběry ukazující výsledky krutého zacházení se zvířaty, opět působící velmi emotivně.

Atmosféru nebezpečí podporovaly záběry agresivních obyvatel nočního Hlavního nádraží (30.3.), naopak pohodovou náladu vzbuzovaly úvodní záběry reportáže o jarním otvírání hradů a zámků (31.3.), na kterých hraje kapela.

**Subjektivní kameru** zpravodajové ve sledovaném týdnu použili ještě dvakrát: 28.3. u reportáže o nepovedené krádeži, kde je ruční kamerou natočen příchod ke dveřím obchodu, a ten samý den u reportáže o možné korupci v Evropské unii, kde kamera sledovala čísi nohy (záběr byl doprovázen komentářem: „*Policie prohledala...*“).

**Úhel záběru:** U všech tří televizí bylo nejzajímavější sledovat, jak televize pracují s úhlem záběru při snímání mluvčího ministerstva zdravotnictví Tomáše Cirkta (ten je malé postavy, měří méně než 150 cm). 27.3. a 30.3. se u ČT objevil rozpor v jeho zabírání. Poprvé byl Cirkrt natočený jakoby z výšky očí (v tomto případě šlo pravděpodobně o politickou korektnost), podruhé z mírného nadhledu, který by spíše odpovídal realitě. Druhým zajímavým příkladem byl záběr z 28.3. – polský náměstek ministra školství je ukázán z mírného nadhledu (opět nevíme proč). Na konci této reportáže o demonstraci proti zákazu potratů v Polsku se navíc zahraniční zpravodaj objevuje v davu demonstrantů, není tedy vyobrazen jako nezúčastněný pozorovatel.

Co se týče **strany konfliktu**, na kterou se reportér přidal, ČT ve sledovaném týdnu nestrannost nedodržela několikrát. 26.3. byla reportérka ve zprávě o maturitách nanečisto na straně stěžovatelů, kterým zkoušky připadaly příliš jednoduché. 27.3. se v *Událostech* objevilo pokračování reportáže o hotelovém večírku několika členů české fotbalové reprezentace, tentokrát bylo poselství reportáže jasné – peněžité tresty pro provinilce (dohromady jeden milion korun) jsou příliš nízké. Na konci relace se ještě objevila zpráva o oslavě narozenin Eltona Johna, nejedná se ale o zprávu či portrét, zpěvák je pouze vychvalován celebritami.

30.3. byla jednou z hlavních zpráv ta o předání katedrály sv. Víta zpět státu. Církev se k celé kauze nechtěla vyjádřit, ve zprávě zazní jen stanoviska Správy Pražského hradu. Komentář reaguje na neochotu církve s médii spolupracovat slovy „*Na to si stěžují někteří*

novináři.“ 31.3. se televize věnovala výroky Jiřího Čunka a Mirka Topolánka. Čunek se několik dní předtím v deníku Blesk rasisticky vyjádřil o Romech, Topolánek den předtím častoval novináře větou „*Jděte už do pr\*\*le, vy...*“ (tuto kauzu ČT převzala od Novy a Primy, které tento výrok natočily, v této reportáži už počítala s tím, že diváci jsou se situací obeznámeni). Reportáž byla jasně zaměřena proti oběma politikům.

**Headliny:** 26.3. se v headlinech objevil výrok ministra k průmyslu a obchodu Římana vztahující se ke snížení počtu emisních povolenek pro Česko: „*Své závazky plníme, a přitom jsme takto biti.*“

**Situace,** ve které je aktér zprávy zachycen: Ve výše zmíněné reportáži se zpravodaj na jeho názor na výroky premiéra zeptal ministra Petra Gandaloviče – ten se zprvu směje a očividně nechce odpovídat, posléze odpoví vyhýbavě. Reportér pokládal za důležité Gandaloviče takto vyobrazit.

31.3. se v *Událostech* objevila reportáž o možných nástupcích kardinála Vlka. V ní znovu figuruje jako respondent novinář Bob Fliedr. Poprvé se objevil už den předtím ve zprávě o předání sv. Víta. Zachycen je na stejném místě a ve stejném oblečení jako den předtím, je očividné, že oba výroky byly natočené ve stejný čas (tedy den před odvysíláním reportáže o nástupci Vlka). Divák, který si toho všimne, si může vytvořit negativní obraz o televizi (reportéři jsou líní si sehnat někoho jiného, jednoduše natočili Fliedra den předem).

Ve sledovaném týdnu se také objevilo několik případů **rekonstrukce**: 27.3. – zpráva o oslavách narozenin vojenského veterána, letce Vladimíra Nedvěda. Náčelník Generálního štábu Armády ČR Vlastimil Picek mu v záběru telefonicky gratuluje (divák se oprávněně ptá, jestli Picek čekal s gratulací až na kamery ČT). Dále *Události* prezentovaly příběh v Iráku zastřeleného vojáka Toda Tillmana. V něm se objevují záběry střílejících vojáků (nejsou označeny jako ilustrační či patřící americké armádě, tudíž se můžeme domnívat, že je natočily televizní kamery, a je tu podezření z rekonstrukce).

29.3. se v reportáži o dětském násilí objevila zblízka natočená rvačka dětí. 30.3. pak ve zprávě o zdražování léků v úvodním záběru (očividně hrající) lékárnice oznamuje pacientovi: „*Budete doplácet...*“

ČT také využívala různých **reprezentací**, nejčastěji (stejně jako ostatní televize) mluvčích jako zástupců policie, armády, ministerstev atd., 26.3. se ve zprávě o povolenkách na CO<sub>2</sub> objevila ekoložka reprezentující typ „zlého“, zaníceného ekologa.

Stejných postupů (včetně ekologa, tentokrát ho ale představovala jiná osoba) použila i Prima

### 3.2 1. ZPRÁVY (PRIMA TV)

1. zprávy se od relace veřejnoprávní televize liší především snahou co nejvíce se přiblížit divákovi. Častěji než ČT a Nova oslovovala příjemce („Určitě už jste také slyšeli...“, „Stalo se to každému z nás...“). Relace má také výrazně zábavnější a odlehčenější charakter. Odpovídá tomu i řazení zpráv, např. 26.3. se zpráva o hotelovém večírku fotbalistů odsunula až do sportovní rubriky, ale už třetí reportáž byla o ženě, která hodlá žalovat zaměstnavatele z diskriminace, 30.3. se před zprávu o předání katedrály sv. Víta dostala až za tu o bombě nastražené na brněnském magistrátu (výbušnina je akčnější a „zábavnější“ než úřednická dohoda). Odlehčená reportáž o pandě, které pouštějí pornofilmy, byla zařazena přibližně do poloviny relace místo na její konec jako tečka za zprávami.

Reportéři Primy také ve větší míře než Nova používali při stand-upech různé pomůcky podporující a oživující komentář, během sledovaného týdne se objevily v tomto pořadí: jízdní kolo, hodinky při komentáři „*Jen... pět minut.*“ (tady reportér použije na místě teček významnou pauzu v řeči), jízdenka městské hromadné dopravy, ukázaný letáček Czech Pointu, mobilní telefon, daňové přiznání, papír s vytištěnou tabulkou Sudoku.

Prima také jako jediná televize použila dvě prozatím nezmíněné metody inscenace. Nejdříve ukázala posun času, na který je divák zvyklý spíše u filmu: reportér nejdříve stojí před ministerstvem pro místní rozvoj, poté se jakoby kouzlem přesune před sídlo KDU-ČSL. Přímo ve studiu pak moderátorka předvedla další inscenační prvek – „*Před chvílí jsme dostali zprávu...*“ Moderátor předstírá, že ve chvíli vysílání obdržel nové informace, které čte z papíru a ne ze čtecího zařízení. Tento postup nemusí být vždy inscenačním prvkem, televize ho ale používají zřídka, např. při povodních v roce 2002, kdy se situace měnila i během vysílání zpráv.

**Přímé přenosy:** 27.3. Prima použila ukázkový příklad „zbytečného“ zpravodajského vstupu. Věnoval se schůzce vedení vládní strany KDU-ČSL, kde se mělo mimo jiné jednat také o rasistických výrocih předsedy strany Čunka. Vstup nabídl pouze odpoledne natočený výrok šéfa Strany zelených Bursíka, žádné konkrétní informace (nikdo z vedení KDU-ČSL se totiž ke schůzce nechtěl vyjádřit). Reportérka pouze na konec dodala: „*My tu schůzku budeme sledovat.*“

Prima nevyrábí mnoho vlastních publicistických a zpravodajských pořadů, proto se ve sledovaném týdnu objevila jen jedna upoutávka na *Nedělní partii*, zato se opakovala dva dny po sobě (30. a 31.3.). Dále 1. zprávy použily jako jediné ze sledovaných televizí v českém prostředí nepříliš rozšířený **self-promotion** prvek – 29. 3. se objevila reportáž o zmizelé ženě (nebyla ovšem zcela aktuální) následovaná pozváním na pořad *Krimi live*, ve kterém po ženě pátrali. 1.4. se pak objevila zpráva založená na výroku Jiřího Čunka v *Nedělní partii*.

Z **mýtů** použila Prima stejně jako ČT u zprávě o emisních povolenkách ilustrační obrázky kouřících komínů.

**Reprezentace aktérů zpráv:** Prima jako první (Nova vysílá svou relaci až o půl hodiny později) přinesla 28.3. záběry premiéra Topolánka častujícího novináře, kteří ho přistihli při příjezdu na vládní schůzku, nelichotivými poznámkami. Slet záběrů byl takovýto:

Topolánek vystupuje z auta, vidí novináře a říká: „*Co tedy chcete? Běžte do pr\*\*le, vy...*“. Když ho novináři pronásledovali dále, Topolánek dodal: „*Rozumíte termínu omezování osobní svobody?*“ Na stejném místě zpravodajové zachytili vicepremiéra Čunka, který k nim byl vstřícný a na otázku odpověděl. Záběry ze druhého dne ukazovaly Topolánka na tiskové konferenci. Zde prohlásil: „*Já ho k tomu (Čunka k odstoupení, pozn. aut.) nutit nebudu.*“ Střih. „*Vede mě k tomu mediální štvaniče.*“

Topolánek svými výroky novináře jistě mohl urazit, ale ne více než Čunek Romy, když o nich prohlásil, že pouze „*dělají binec na náměstích*“. Zprávy o Čunkových výrociích byly zpracovány se snahou o nadhled a nestrannost. Ale na této reportáži je vidět, jakou moc novináři mají a jak mohou sestřiháním záběrů k sobě ovlivnit mediální obraz člověka.

Reportáž měla o den později pokračování, ve kterém se opakovaly záběry nadávajícího Topolánka doplněné o fotografie premiérova vztyčeného prostředníčku v Poslanecké sněmovně PČR, Topolánkova jazyka vypláznutého na fotografa, premiéra kopajícího do auta patřícímu bulvárnímu deníku a také o grafiku mobilního telefonu s SMS zprávou, poslanou redakci *Šípu*, s nacistickým textem „*Es kommt der Tag.*“ (Celá kauza týkající se netaktních gest a výroků premiéra se objevila ještě v několika publicistických pořadech ČT a Novy.)

Ani Prima přesně nevěděla, jak snímat mluvčího Cikrta. V reportáži z 28.3., kde se mluvčí vyjadřuje k plánované stávce lékařů, ho kameraman zabíral z úrovně očí (v praxi ale při natáčení musel sedět nebo klečít).

**Simulovaná každodenní činnost** se u zpravodajství těžko dokazuje, lze se ale domnívat, že u všech televizí se objevila na ilustračních záběrech natočených na místech děje (ve sledovaném týdnu školní třídy nebo také daňové úřady). U *I. zpráv* je dobře rozpoznatelná u ilustračních záběrů z berlínského night-clubu, kde subjektivní kamera doprovází prostitutku procházející klubem, u záběrů z kurzu sebeobrany (zde je do těchto záběrů zapojen i stand-up) nebo u aprílové reportáže o Pochodu žlutých ponožek, kde lidé evidentně „hrají“.



### 3.3 TELEVIZNÍ NOVINY (TV NOVA)

*Televizní noviny* střídají sociálně či politicky závažné reportáže s těmi odlehčenými nebo se zprávami, které se upozorňují na problémy obyčejných lidí. Tím se přibližuje svým divákům, zároveň ale tento divák může ztratit přehled o tom, co je pro něj skutečně důležité a co byla pouze zajímavost. Nova se také snaží relaci začínat svou vlastní investigativní reportáží, tématem, které žádná z dalších televizí nemá. Např. 30.3. editor upřednostnil zprávu o nové „pyramidové“ hře před hromadnou stávkou zaměstnanců v podniku Škoda Auto.

Stejně jako *I. zprávy* se ani *Televizní noviny* nevyhýbají přímému oslovování diváka, činí tak ale v menší míře. Další podobností pak je to, že reportéři používají ve stand-upech různé pomůcky, ve sledovaném týdnu mobilní telefon, balík závadného králičího masa, závadné hračky a balíček cukru v reportáži o několika tunách ukradeného cukru z podniku ve Veselí nad Lužnicí.

Oproti *Událostem* odvysílaly *Televizní noviny* tři **zpravodajské vstupy**. U dvou z nich je ale sporné jejich zařazení do relace. 26.3. byl k reportáži o řidičích, kterým se daří unikat bodovému postihu, připojen přímý přenos z Českých Budějovic a Zlína. Zpravodajky v něm pouze shrnuly, jaká je situace v jejich kraji. Tyto informace mohly být zařazeny přímo do reportáže, popř. nemusely zaznít vůbec, protože nebyly aktuální a jednalo se pouze o situaci ve dvou českých městech, což nemá vysokou informační hodnotu (jedná se spíše o zajímavost pro obyvatele zmíněných krajů). 27.3. pak měla Nova stejně jako Prima zpravodajský vstup z konání schůzky vládní trojkoalice, kde opět zaznělo pouze to, že schůzku bude reportér sledovat. Naopak 28.3. Nova odvysílala zpravodajský vstup týkající se výstavy modelů nové Národní knihovny. V něm se objevily záběry z právě skončené vernisáže a promluvil i autor vítězného návrhu Jan Kaplický.

Během sledovaného týdne Nova odvysílala **upoutávky** na všechny své zpravodajské a publicistické pořady: 26.3. na *Víkend*, 27.3. na *Odpolední noviny* a *112: V ohrožení života*, 28.3. na *Odpolední noviny* a *Na vlastní oči*, 29. a 30.3. pouze na *Odpolední noviny*, 31.3. na *Odpolední noviny* a *Občanské judo* a 1.4. na *Odpolední noviny* a *Střepiny*. Stejně jako *Události* používají *Televizní noviny* „záložky“ odkazující na stránky TV Nova.

Řazením a vůbec umístěním reportáží *Televizní noviny* podporují **mýtus**, že svět je nebezpečné místo (např. si více všímají autonehod, jehel nastražených na dětských hřištích atd.), a také mýtus policie jako dobrého ochránce všech. Existuje možnost, že právě díky nadstandartním vztahům s policií se v *Televizních novinách* objevují některé kriminální kauzy jako první a jestli právě proto policisté Nově často v reportážích „hrají“ (více v sekci Simulovaná každodenní činnost).

**Reprezentace aktérů zpráv:** 27.3. v reportáži o plánované schůzce trojkoalice zazní komentář „*Někteří lidovci z toho byli tak rozrušení, že ani nemohli najít dveře.*“ Následoval záběr lidoveckého ministra kultury Jehličky, který tápe po klice dveřích, očividně zneklidněný houfem novinářů, kteří ho obklopili. 28.3. Nova odvysílala reportáž o hrubých urážkách premiéra Topolánka, která byla prakticky totožná s tou v *1. zprávách* (obě televize měly na místě své kameramany). 1.4. pak Nova ke komentáři „*Nic z toho Čunka evidentně z míry nevyvádí.*“ použila záběry směřujícího se a vtipkujícího předsedy KDU-ČSL.

Nova jako jediná použila ve sledovaném týdnu detailu k vyvolání emocí u diváků – jednalo se o **detail** očí právě zatčeného blízkého spolupracovníka Radovana Krejčíře. Reportáž byla v tomto případě na straně zatčeného muže.

I v *Televizních novinách* se objevil mluvčí Ministerstva zdravotnictví Cíkr. Kameraman se ho tentokrát rozhodl natočit z úhlu simulujícího pohled z očí do očí.

Nejzajímavější z hlediska **zařazení výroků** na různá místa reportáže byly dvě kauzy ze soudní síně. 27.3. v reportáži o finanční kontrole tábořského soudu jako první zazní výrok předsedy senátu tohoto soudu Bernáta: „*Pokládám to za šikanu.*“ 1.4. Nova odvysílala zprávu o výroku soudu, kvůli kterému zůstane známý uprchlý a znovu navrátilší se vězeň Rostislav Roztočil ve vězení. Jako první se v ní vyjádří zastánci Roztočila, sama soudkyně až jako třetí. V *Televizních novinách* se také jako v jediné relaci objevila hudba – 29.3. autoři v reportáži o MS v luštění Sudoku zrychlili záběry luštitelů a jako podkres použili komickou hudbu.

**Rekonstrukce:** V reportáži o jehle nastražené na dětské prolézačce (30.3.) redaktor přímo ukazuje na tuto jehlu (působí nelogicky, že by ji někdo do doby natáčení neodstranil, pravděpodobně byla dodaná až následně jako rekvizita). V reportáži se také objevují městští policisté, kteří předvádějí, jak dětské hřiště prohledávali. 31.3. byly v úvodu zprávy o mrtvém horolezci použity záběry subjektivní kamery evokující pád z výšky.

Jako jediná televize Nova na 1. duben zařadila aprílovou reportáž o „uprchlém“ ledním medvědovi, který plaval v řece protékající městem. To, že jde o vtip, bylo řečeno až v závěru zprávy. Tato reportáž měla spíše charakter tečky za zprávami, ale zařazena byla mezi ostatní zprávy.

**Simulovaná každodenní činnost:** V úvodu reportáže o plánované stávce lékařů (26.3.) se objevil záběr z ordinace, ve kterém doktorka říká svým pacientům „*Z důvodu protestů bude naše ordinace zavřena.*“ 28.3. byl ve zprávě o průběhu této stávky použitý záběr člověka klepajícího na zamčenou čekárnu. 1.4. Nova odvysílala dvě reportáže, které čerpaly z nadstandardních vztahů s policií: první pojednávala o nálezku barelů s nebezpečnými chemickými látkami a druhá o výtržnicích v Plzni. Zpravodajové Novy byli přítomni jako jediný televizní štáb. Policisté jim v těchto reportážích „hrají“, u druhé reportáže byl štáb dokonce přítomný u odvádění zadrženého do policejního auta.

*Televizní noviny* ze sledovaných televizí nejvíce **reprezentovaly** zpravodajství své stanice. 26.3. v ohlášení k reportáži o zraněné ženě v cirkuse zazní: „*Už několikrát jsme upozorňovali na to, že v nich (v cirkusech, pozn. aut.) na bezpečnost nikdo nedohlídí.*“ Vedle toho se televize prezentuje jako instituce pomáhající obyčejným lidem. Ve sledovaném týdnu se objevily dvě reportáže na toto téma. Jedna se týkala lékařských pomůcek ukradeným ženě s cukrovkou (26.3.), druhá pak ukradeného invalidního vozíku (30.3.). 31.3. se pak objevilo pokračování této reportáže se šťastným koncem – díky odvysílané reportáži už má invalidní dívka nový vozík.

Politický reportér Kamil Houska také často do svých reportáží dává záběr respondenta začínající Houskovou otázkou a následným pohybem několika mikrofonů jiných médií od Housky k respondentovi. Reportér tímto způsobem vytváří dojem, že je nějakým způsobem pro jiná média důležitý. Praktickým důvodem, proč si novináři natáčejí otázku, je ale to, aby ji měli na záznamu a při následném zpracování věděli, na co respondent odpovídá.

## ZÁVĚR

Zprávy jsou svou podstatou vlastně drobné „příběhy o událostech“<sup>65</sup>. Jsou sestaveny jako příběhy, které můžeme zkoumat pomocí stejných nástrojů jako jiné typy vyprávění. Pokud se dokážeme na zprávy dívat jako na svébytný typ příběhů, bude pro nás jako pro příjemce snadnější připustit si *selektivní povahu zpravodajství a jeho konstruovanou, autorskou povahu. Vyprávění příběhů je založeno na schopnosti potlačit to, co je pro příběh nepodstatné, a vybrat to, co je pro něj důležité. Proto i zprávy sestávají z přediva omezeného množství postav a akcí (dějů)*.<sup>66</sup> Cílem mé práce bylo upozornit právě na tento fakt. V současné době neexistuje rychlejší a efektivnější způsob, jak dělat zpravodajství, než je sdělování právě takových příběhů zpracovaných novináři.

V praktické části práce jsem věnovala největší prostor veřejnoprávní ČT, abych upozornila, že i tato televize inscenačních prvků využívá a nečiní tak ve výrazně menší míře než komerční televize. Nejsou ovšem tak nápadné (viditelné na první pohled) a míra nebezpečí, že mohou diváka ovlivnit, je u nich menší.

Jako problematičtější se mi jeví některé postupy, které využívá Nova a Prima. Jedná se především o zařazování zpráv na určité místo relace, které je vlastně okomentováním jejich důležitosti. Příkladem mohou být *Televizní noviny* z 30. března. Relaci zahajovala reportáž o „pyramidové“ hře, následovala zpráva o stávce zaměstnanců v mladoboleslavském podniku Škoda Auto. Přitom právě tato stávka by mohla mít pro diváky dalekosáhlejší důsledky než zmíněná hra. Ve chvíli, kdy se zaměstnancům jednoho z největších podniků u nás zvednou platy, zvyšuje se pravděpodobnost, že mzdy porostou i zaměstnancům jiných firem. Střídání závažnějších témat a zajímavostí během celé relace (místo toho, aby méně závažné zprávy byly zařazeny spíše na konec pořadu) nepovažují zejména u nejsledovanější zpravodajské relace, *Televizních novin*, za optimální.

Sledovanost (tzn. share) zpravodajství TV Nova, která se stabilně drží nad třiceti procenty, neznamena, že po takovém typu zpráv diváci touží. Televize může argumentovat, že „divák si toto žádá“. Pokud by to byla pravda, dostali bychom obraz tohoto diváka jako nekomplikovaného člověka bez názoru, kterému stačí fakta i

---

<sup>65</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. s. 61.

<sup>66</sup> *Ibid.*

s argumenty předložit – a on by je přijal. Sledovanost *TN* je ale spíše zapříčiněna jakýmsi začarovaným kruhem. Diváci se na tuto relaci dívají, protože má vysokou sledovanost, z čehož usuzují, že když se na ni dívá tolik lidí, bude lepší než jiné. Televize se pak může domnívat, že když mají *TN* tak vysokou sledovanost, nemusejí na nich nic zásadního měnit.

Vyprodukovat kvalitní informaci není otázkou financí, spíše přístupu. Odvolávat se na to, že divák si něco žádá, je spíše alibismem a projevem určité pohodlnosti médií a neochoty na zavedených postupech něco měnit. Zprávy mají určité zavedené konvence stejně jako každá jiná televizní forma. Tyto konvence jsou v takové míře rozšířené kvůli uzávěrkám. Ty vyžadují rychlost a efektivitu, které často novináři mohou dosáhnout právě díky konvencím a používáním různých klišé.

Je také třeba dodat, že složení relace, kde se střídají závažnější a méně důležité zprávy, slouží k úspěšnému udržení pozornosti diváků a že vnímání toho, co je pro něj důležité či zajímavé, je u každého diváka velmi individuální. I zpravodajství zábavnějšího charakteru může divákovi zcela postačovat k uspokojení jeho vrozené touhy po informacích.

## SUMMARY

Television camera does not record reality, it uses sophisticated methods of recording and editing to construct it. This diploma thesis entitled „Staging in main news on ČT, TV Nova and Prima TV“ aims to describe the principles television newscast use to influence viewers' opinions and emotions. Audiovisual language has its own rules of representing reality. It is neither neutral nor objective. Reality and audiovisual language of television news may convey different message.

The main aim of this essay is to describe some principles of using audiovisual language in constructing reality, it identifies methods of staging such as the angle of camera, the size of a shot, lighting, music and various editing techniques.

In the second part of the essay, we do research on the main news on three Czech TV stations – Česká televize, Nova and Prima. It proved all televisions (including non-commercial ČT) use staging in a similar quantity. However, for further findings a long-term analysis of newscast needs to be launched. Such a complex analysis is beyond the scope of this diploma thesis.

## POUŽITÁ LITERATURA

1. BAGGLEY, J. P.; DUCK, Steve. *The Dynamics of Television*. 1. vyd. Forborough, Hants : Saxon House, 1976. ISBN 0347011241.
2. BURTON, G.; JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno : Barrister&Principal, 2003. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
3. CÍRKVA, Č.; PAVLÍČEK, L. *Střihová skladba*. In *Filmové technické minimum*. 3. přeprac. vyd. Praha : Československý filmový ústav, 1982. 256 s.
4. EPSTEIN, Jean. *Poetika obrazů*. Praha : Herrmann&synové, 1997. 303 s. ISBN 0-238-11-38-X.
5. FISKE, John. *Introduction to Communication Studies*. 2. vyd. London : Routledge, 1990. 203 s. ISBN 0415046726.
6. FISKE, John. *Television culture*. London : Routledge, 1991. 368 s. ISBN 0415039347.
7. FLUSSER, Vilém. *Moc obrazu : výběr filosofických textů z 80. a 90. let*. Praha : OSVU, 1996. 252 s.
8. HALL, Stuart. (ed). *Representation – Cultural Representations and Signifying Practices*. 1. vyd. London : Sage Publications, 2001. ISBN 1761954325.
9. HARTLEY, John. *Understanding News*. 1. vyd. London and New York : Methuen, 1982. 208 s. ISBN 0415039339.

- 10.KHAN-PANNI, Phillip. *Mluvte k věci!* 1. vyd. Brno : ERA, 2002. 129 s. ISBN 80-86517-23-3.
- 11.Kol. *Zpravodajství v médiích.* 1. vyd. Praha : Karolinum, 2001. 155 s. ISBN 80-246-0248-2.
- 12.KUČERA, Jan. *Stříhová skladba ve filmu a televizi.* 2. dopl. vyd. Praha : AMU, 2002. 230 s. ISBN 80-7331-896-2.
- 13.KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace.* Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
- 14.LACEY, Nick. *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies.* 1. vyd. New York : St. Martin's Press, 1998. 272 s. ISBN 978-0333644362.
- 15.LOKŠÍK, Martin. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství.* In *Zpravodajství v médiích.* 1. vyd. Praha : Karolinum, 2001. 155 s. ISBN 80-246-0248-2.
- 16.MANDER, Jerry. *Čtyři důvody pro zrušení televize.* 1. vyd. Brno : Doplněk, 2000. 355 s. ISBN 80-7239-063-5.
- 17.McNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky.* 1. vyd. Praha : Portál, 2004. 182 s. ISBN 80-7178-840-6.
- 18.MILLERSON, Gerald. *Lighting for the video.* 3. vyd. Oxford : Focal Press, 1998. 154 s. ISBN 0 240 51 303-7.
- 19.MONACO, James. *Jak číst film : svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jayk, dějiny, teorie.* 1. vyd. Praha : Albatros, 2006. 735 s. ISBN 80-00-01410-6.
- 20.NAVRÁTIL, Antonín. *Krátkometrážní tvorba.* In *Filmové technické minimum.* 3. preprac. vyd. Praha : Československý filmový ústav, 1982. 256 s.



21. POSTMAN, Neil. *How to Watch TV News*. New York : Penguin Books, 1992.  
192 s. ISBN 0140132317.
22. POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 1. vyd.  
Praha : Mladá fronta, 1999. 190 s. ISBN 80-204-0747-2.
23. REIFOVÁ, Irena. a kol. : *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha : Portál, 2004.  
327 s. ISBN 80-7178-926-7.
24. UNGERMANN, Libor. *Emoce v televizním zpravodajství*. Praha : 2003. 103 s.  
Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí  
diplomové práce PhDr. Otakar Šoltys, Csc.
25. TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha : Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-  
7367-096-8.
26. THOMPSON, John Brookshire. *Média a modernita*. 1. české vyd. Praha :  
Karolinum, 2004. 219 s. ISBN 80-246-0652-6.
27. THOMPSON, Roy. *Grammar of the Shot*. 1. vyd. Oxford : Focal Press, 1998. 189 s.  
ISBN 240 51 398 3.
28. TUCHMAN, Gaye. *Making News – A Study in the Construction of Reality*. 1. vyd  
New York : Free Press, 1978. 244 s. ISBN 0029329604.

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Ukázky nalezených inscenačních prvků (CD)