

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2020

Tereza Baráková

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Role moderátora TV zpravodajství. Komparativní
analýza veřejnoprávní a komerční televize.**

Diplomová práce

Autorka práce: Tereza Baráková

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Jakub Železný

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 21. 5. 2020

Tereza Baráková

Bibliografický záznam

BARÁKOVÁ, Tereza. *Role moderátora TV zpravodajství. Komparativní analýza veřejnoprávní a komerční televize*. Praha, 2020. 99 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Jakub Železný.

Rozsah práce: 195 211 znaků včetně mezer

Anotace

Diplomová práce pojednává o roli moderátora televizního zpravodajství. Zaměřuje se na původ moderátorů, princip a charakteristiku jejich profesních předpokladů a na rozdíly mezi moderátory veřejnoprávní a komerční televize. Primární rolí moderátora je informovat publikum o aktuálním dění, ale především zůstat objektivní a být neutrální a důvěryhodný, nezapojoval tedy do projevu vlastní emoce. Jeho hodnoty se ale mohou lišit vzhledem k vysílacímu systému televize. V rámci jeho role v televizní společnosti může představovat určitý prvek v sebeprezentaci médií. Práce se zabývá rozborem práce moderátorů komerční i veřejnoprávní televize, analyzuje emoční a profesní aspekty jeho práce a jeho podíl na tvorbě zpravodajské relace. Výzkum se uskutečnil i mezi publikem, které určuje hlavní charakteristiky a funkce moderátorů.

Annotation

The diploma thesis deals with the role of a television news anchorman/woman. It focuses on the origin of the anchorman, the main and characteristic professional prerequisites, and the differences between the anchormen of public and commercial television. The primary role of the moderator is to inform about current events. But in the same time be objective, neutral, and trustworthy, and leave a way expressing one's own emotions. However, these values may differ as to the television broadcasting system. As part of his role in television, they can be a suitable element in media self-presentation. The thesis focuses on work with commercial and public television, analyses the emotional and professional aspects of his work and his contribution to the creation of news programs. The research is also carried out among the public, which enables the main characteristics and functions of moderators.

Klíčová slova

Zprávy, televizní zpravodajství, moderátor, moderátorka, televizní vysílání, důvěryhodnost, objektivita, komerční televize, veřejnoprávní televize

Keywords

News, TV news, anchorman, anchorwoman, news Broadcasting, credibility, objectivity , commercial TV, public TV

Title/název práce

The Role of the TV News anchorman/woman. The Comparative Analysis Between Public and Commercial Television.

Poděkování

Děkuji Fakultě sociálních věd za studium, nové znalosti, nadhled a životní přínos.

Obsah

ÚVOD.....	3
1 TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ.....	4
1.1 <i>Technický vývoj</i>	6
1.1.1 Historický vývoj nejenom v Československu.....	6
1.1.2 Nové technologie.....	8
1.2 <i>Zpravodajská studia</i>	8
1.3 <i>Veřejnoprávní a komerční televize</i>	10
1.3.1 Televize veřejné služby.....	11
1.3.2 Komerční televize.....	11
1.4 <i>Rámcování pořadů</i>	13
1.5 <i>Televize a politika</i>	13
1.6 <i>Hlavní zpravodajské relace</i>	14
1.7 <i>Obsah zpravodajského sdělení</i>	15
1.7.1 Televizní zpráva.....	15
1.8 <i>Zpravodajské požadavky</i>	19
1.9 <i>Zpravodajské hodnoty</i>	20
2 SPOLEČENSKÉ INSTITUCE A SOCIÁLNÍ ROLE V MÉDIÍCH.....	22
3 MODERÁTOR.....	24
3.1 <i>Průlom</i>	25
3.2 <i>Moderátor jako profese</i>	26
3.3 <i>Moderátoři ve studiu</i>	29
3.4 <i>Interpersonální diskurz zpravodajství</i>	29
3.5 <i>Moderátor vs. divák</i>	31
3.6 <i>Moderátorské dvojice</i>	32
3.7 <i>Osobnost moderátora</i>	32
3.8 <i>Vzhled a image</i>	34
3.9 <i>Komunikace</i>	35
3.10 <i>Jazyk a rétorika</i>	37
3.11 <i>Mediální dialogy</i>	39
3.12 <i>Gender</i>	41
3.13 <i>Gatekeeper</i>	43
4 CÍL PRÁCE.....	45
4.1 <i>Metodologie</i>	45
4.2 <i>Výzkumné otázky</i>	47
5 ANALÝZA POŘADŮ UDÁLOSTI A TELEVIZNÍ NOVINY.....	48
5.1 <i>Analýza Událostí</i>	48
5.2 <i>Analýza Televizních novin</i>	51
5.3 <i>Závěr primární analýzy</i>	52
6 ANALÝZA VSTUPŮ MODERÁTORA VE ZPRAVODAJSKÉ RELACI.....	54
6.1 <i>Analýza moderátorů Událostí</i>	54
6.1.1 Vzhled.....	56
6.1.2 Emoce.....	56
6.1.3 Gesta.....	56
6.1.4 Pořady.....	57
6.1.5 Jazyk.....	58
6.1.6 Rozhovory.....	59
6.2 <i>Analýza moderátorů Televizních novin</i>	60
6.2.1 Vliv společnosti.....	61
6.2.2 Vzhled.....	62
6.2.3 Emoce.....	63
6.2.4 Gesta.....	64
6.2.5 Rozhovory.....	66
6.2.6 Jazyk.....	66

6.3	<i>Závěr kvalitativní analýzy</i>	67
7	ANALÝZA KVANTITATIVNÍHO VÝZKUMU	70
7.1	<i>Zkoumaný vzorek</i>	70
7.2	<i>Vyhodnocení dotazníkového šetření</i>	70
7.3	<i>Závěr dotazníkového šetření</i>	79
	ZÁVĚR	81
	SUMMARY	81
	POUŽITÁ LITERATURA	83
	TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE	88
	SEZNAM PŘÍLOH	91

Úvod

Televizní moderátoři zastávají důležitou sociální roli ve společnosti. Jsou hlasatelem, poslem a sdělovatelem aktuálního dění, které nám denně servírují. Jsou značně vlivnými osobnostmi, které, ač se nesetkávají s lidmi napřímo, „chodí do našich obývacích“. Média tvoří nevyhnutelně velkou část našeho života. Jsou nám dostupná, využíváme je, pracujeme s nimi, baví nás, informují, ale také nás mohou ovlivnit. Proto jsem si tématem své diplomové práce zvolila Roli moderátora TV zpravodajství, která mě přivádí k otázce rozdílu mezi veřejnoprávní a komerční televizí, role moderátora v ní a způsob prezentace zpráv pod vlivem těchto televizí.

Cílem je objasnit roli moderátor pro konkrétní televize, zjistit, jak je tato role vnímána mezi publikem, jaké jsou nejzásadnější rozdíly mezi sférou veřejnou a soukromou a zdali působí moderátor vždy objektivně a neutrálně, což je pro formování vlastního názoru lidí velmi důležitým faktorem.

V průběhu zkoumání všech poznatků pro vyhotovení práce bylo s postupem času jasné, že autorka musí upustit od plánovaného cíle práce, který je uveden v tezích, a to s výzkumem, jak moderátor relace přímo ovlivňuje vyznění zpráv pro publikum. Výzkum měl být prováděn individuálními rozhovory, ale ukázalo se, že pro vytvoření adekvátního vzorku zpravodajského publika, je koncept výzkumu poněkud subjektivní a výsledek by tak nebyl relevantní. V této diplomové práci se tedy pozornost zamíří na moderátory televizního zpravodajství celkově. Zahrnuté budou i pohledy publika na práci moderátora zpravodajství a na jeho hlavní funkce, vlastnosti a charakteristiky.

1 Televizní zpravodajství

Zpravodajství se žánrově řadí k tradičním a nejstarším kulturním způsobům projevu. Počátky patřily novinám, které byly spolu s pravidelným přehledem aktuálního dění předlohou dalším mediím, jako je rádio nebo televize. Televize je jednou z elementárních aktivit mediálních institucí a žurnalistické profese vůbec. (McQuail, 2009, s.299)

Zpravodajství mezi jinými mediálními obsahy zaujímá specifické postavení. Trampota popisuje zpravodajství jako „*nabízení informací (tzv. zpráv) o rozmanitých událostech, které by mohly být pro příjemce důležité, užitečné – nebo alespoň zajímavé.*“ (Trampota, 2006, s.23) Právě pro tyto přívlastky je zpravodajství pokládáno za podstatný rys médií a „*za jednu ze společenských funkcí komunikace.*“ (Trampota, 2006, s.24)

Televizní zpravodajství je audiovizuálním zážitkem pro diváka. Je to „*kombinace pohyblivých obrazů, zvuků a mluveného slova, která je zatím nejpřirozenější a nejkompexnějším smyslovým zprostředkováním informací o okolním světě.*“ (Osvaldová, 2011, s.73) Vzájemné spojení těchto atributů je klíčové pro formu prezentace a konečné vyznění a pochopení zprávy. V porovnání s jinými mediálními obsahy je televizní zpravodajství „*sdělováním faktů ve vizuálně akustických záběrech a z pohledu žurnalistické práce především myšlením a vyprávěním v obrazech.*“ (Osvaldová, 2011, s.73) Podle Lapčíka je zpravodajství také „*orientováno na stabilní, srozumitelnou, transparentní re-prezentaci informací o každodenně se měnících událostech sociální reality.*“ (Lapčík, 2012, s.70)

Zpravodajství patří k elementárním prvkům vysílání každé „seriózní televize“ právě díky tomu, jelikož se řadí k „*jedním z mála vysílaných pořadů s neměnným umístěním a pevně stanovených začátkem a konce v časové ose programu.*“ (Osvaldová, 2011, s.80) To dokazuje i fakt, že hlavní zpravodajské relace jsou začátkem „tzv. prime time“ pořadů, což dokazuje i určité kulturní postavení. Hlavními znaky zpravodajská produkce jsou podle Lokšíka „*maximální míra aktuálnosti a pohotovosti danou současnými technologickými možnostmi při zprostředkování audiovizuálních informací, které jsou divákům poskytované jako nepřetržitý zpravodajský servis.*“ (Osvaldová, 2011, s.80) Tak se děje s každodenní pravidelností. Operativně může docházet k přenosu zpráv „*v časovém souběhu s vývojem událostí*“ a poskytuje zprávy o tuzemském i zahraničním dění v přímém přenosu, kterého se osobně nezúčastňujeme a je mimo náš dosažitelný prostor. (Osvaldová, 2011, s.80-81) Veřejnosti jsou potom nastoleny podněty k ustanovování individuálních postojů a pohledů

na dané záležitosti. (Hurtíková, 2009, s.39)

Produkce televizních zpráv je ovlivněno různými faktory. Dle žurnalistických předpokladů může zpravodajství ovlivňovat daný žánr, kompoziční forma zpravodajství ovlivněná osobností redaktora a formát pořadu, tedy jakési ustálení. Neméně důležité je původ a charakter televizní stanice, její vedení včetně financování, technologické prostředky a možnosti, personál, zastoupení v zahraničí (zahraniční zpravodajové), systém pracování se zahraničními zdroji mediálních agentur, také domácí divácká scéna a případně i národní tradice. Podle Osvaldové se *„tyto faktory prokazatelně podílejí i na utváření kritérií určujících bližší klasifikaci televizní zpravodajské produkce.“* (Osvaldová, 2011, s.81) Osvaldová dále pokračuje rozdělením plošně na *„celoplošné, (celostátní), regionální, lokální,“* také tematicky na *„všeobecné, domácí, zahraniční, ekonomické, sportovní, meteorologické, dopravní, ale také krimi zprávy, V.I.P. zprávy viz. TV Prima.“* (Osvaldová, 2011, s.81)

Svůj vliv na zpravodajství může mít i „konkurenční prostředí,“ které určuje boj mezi televizními stanicemi o zájem diváků, a tedy vyšší sledovanost. Důsledkem bývá úsilí o diferenciaci obsahu, ale i podoby zpravodajských relací celkově. Stanice proto například volí kreativnější a divácky atraktivnější formu zpracování. (Lapčík, 2012, s.70) Konkurenční televize se také liší strukturou zpráv či celkovou skladbou zpravodajského pořadu.

Dle zákona se zpravodajský pořad pokládá za *„pořad sestavený ze zpráv, reportáží a rozhovorů o aktuálním dění v oblasti vnitřní a zahraniční politiky, veřejného života, kultury, kriminality nebo sportu, včetně bloku zvláštního zpravodajství pravidelně navazujícího na tento pořad.“* (Zákonyprolidi.cz, 2001)

Zpravodajské pořady lze zpravidla rozdělit na dva základní typy. Prvním z nich jsou *„krátké zpravodajské pořady“*, druhým potom *„hlavní zpravodajské relace“*. Na každou zpravodajskou relaci lze nahlížet jako na soubor příběhů, *„představuje specifický způsob vyprávění“*, kdy každá zpráva má danou stálou skladbu. Při vytváření příběhu ve zpravodajství se redaktoři řídí pojmem „narativizace“, tedy *„vybírají, které informace zahrnout do příběhu a které naopak opomenout.“* Každý by potom měl být pochopitelný potenciálním divákům a měl by mít jednoznačnou dějovou osu. (Trampota, 2006, s.62)

1.1 Technický vývoj

Televizní zpravodajství je úzce spjato s technologickým pokrokem. Historický vývoj technologií určoval komunikační možnosti, měl vliv i na sběr dat a umožňoval rychlejší přenos informací, což poskytlo „aktuálnost zpráv“. (Trampota, 2006, s.173)

Počátek vysílání v tehdejším Československu se datuje do roku 1953. Tento rok byl prvním úspěšným milníkem dlouhodobého vývoje televize ve střední Evropě. Pokrok techniky a jeho adaptace do televizních procesů od počátku televize do současnosti „výrazně poznamenaly všechny realizační fáze televizní zpravodajské produkce a zásadně ovlivnily tvůrčí metody vlastní žurnalistické práce.“ (Osvaldová, 2011, s.88)

Především díky vývoji nových technologií se zvýšila aktuálnost zpravodajství, které je tak mnohem přístupnější a lidem v dosahu, ať už na mobilních zařízeních, laptotech nebo jiných příslušenstvích. Vývoj tedy není změnou pouze pro mediální instituce a žurnalisty, znamená také další možnosti pro příjemce zpráv. Nové technologie jim umožňují nejenom zprávy konzumovat, ale také se na nich například podílet. (Trampota, 2006, s.173)

1.1.1 Historický vývoj nejenom v Československu

Německý vynálezce Paul Gottlieb Nipkow v roce 1853 popsal první princip rozkladu obrazu prostřednictvím jeho rotujícího kotouče. Tím dal život myšlence přenosu signálu do jiného zařízení. V roce 1890 následovala „katodová trubice od Karla Ferdinanda Brauna“ a v roce 1923 ikonoskop, o který se zasloužil Kosmas Zworykin. První elektromechanickou televizní soustavu, tedy tehdy „televisor“, poprvé světu ukázal John Logie Baird ze Skotska.

První spojení se nejdříve uskutečnila pomocí „telefonní linky mezi Londýnem a Glasgowem“ v roce 1927, pomocí „radiových vln z Londýna do New Yorku“ to bylo rok poté. „První mechanická televize byla představena poprvé v roce 1928 v USA a v roce 1929 ve Velké Británii a Německu. V roce 1930 byl s televizním obrazem přenášen také zvuk.“ (Maletínský, 2011)

Do roku 1935 byla prostřednictvím stanice BBC vysílací doba třicet minut denně, a to „ráno od pondělí do pátku a ... v poledne v úterý a pátek“. Tou dobou celosvětově přibylo téměř „tři sta televizních přijímačů“. V roce 1936 se realizoval „první televizní přenos z olympijských her z Berlína“. Přestávku ve vysílání byla BBC nucena udělat za druhé světové války, po jejím skončení bylo „obnoveno“ a s ním i neustálé výzkumy na nových

technologiích. (Maletínský, 2011)

Počátky vývoje televizního vysílání na území Československa započal již na přelomu čtyřicátých let v čele s doc. Šafránkem, avšak všechna činnost byla rovněž pozastavena druhou světovou válkou. Celé bádání ale znovu s jejím koncem opět obživnul. Sídlo československého výzkumu bylo ve Vojenském technickém ústavu v Tanvaldu, odkud se uskutečnila první zkouška vysílání v březnu roku 1948. Následovala druhá zkouška, a to během stejného roku v Praze na MEVRO („Mezinárodní výstavy rozhlasu“). Počátek vysílání Československé televize připadá potom na 1. května 1953, přičemž 25. února 1954 bylo považováno už za stálé. Jako vysílač sloužila Petřínská rozhledna v Praze. *„Zpočátku televize vysílala pouze tři dny v týdnu (v létě jen 2 dny), v listopadu 1953 se počet vysílacích dnů rozšířil na čtyři, v roce 1955 na šest dní v týdnu a od 29. prosince 1958 televize své pořady vysílala po celý týden.“* (Ceskatelevize.cz)

Postupně byla založena studia v Ostravě (1955), Bratislavě (1956), Brně (1961) a v Košicích (1962). S vývojem TV vzrostl zájem o sledovanost i u publika. *„V září 1962 bylo již milion platících diváků, v břenu 1965 byly hlášeny 2 miliony koncesionářů, v prosinci 1969 byla překročena hranice 3 milionů a v roce 1978 překročil počet hlášených přijímačů 4 miliony.“* (Ceskatelevize.cz, online) V porovnání se současností dle průzkumu Asociace televizních organizací (ATO) televizní zařízení vlastní „95 % českých domácností.“ (Polák, 2018)

V roce 1970 byla v květnu spuštěna druhá televizní stanice, na kterém dne 9. května 1973 bylo zahájeno „barevné vysílání“. Na první kanále bylo spuštěno až 9. května 1975. Od roku 1979 se otevřely brány Československé televize na Kavčích horách. (Ceskatelevize.cz, online) Třetí program byl spuštěn 1. července 1991. Se zánikem federace dochází 31. prosince 1992 k ukončení Československé televize a vzniku České televize (k datu 1.1.1992). (Ceskatelevize.cz)

První soukromou televizí v České republice se stala FTV Prima, tehdy TV Premiéra, činnost televize započala 20. června 1993. (iPrima.cz) Druhou komerční televizí, která ale jako první začala vysílat celoplošně, se stala TV Nova s datem zahájení 4. února 1994. (Novagroup.cz)

1.1.2 Nové technologie

Jak uvádí Osvaldová (2011, s.89), počáteční fází, která odstartovala vývoj změn, byl „*nástup elektronického televizního zpravodajství (ENG – Electronic News Gathering)*“, který se datuje do druhé poloviny sedmdesátých let. Této fázi předcházela dlouhodobá fáze rozvíjení a zkoumání „*analogového magnetického záznamu obrazu a odpovídajících lehkých mobilních kamer a přenosných záznamových zařízení.*“ Tento objev umožnil výrobně složitou produkci zpráv substituovat krok za krokem do modernější podoby za použití „*barevné televizní kamery a reportážního cívkového či později kazetového videomagnetofonu.*“ To znamenalo rozdíl především v „*citlivosti snímacích prvků*“, který produkci zpráv dostával na zcela novou úroveň.

Druhá důležitá fáze ve vývoji televizního zpravodajství se datuje k přelomu osmdesátých a devadesátých let. „*Zavedení satelitního televizního zpravodajství (SNG – Satellite News Gathering)*“, které umožnilo přenos vysílání z místa natáčení do místa několik kilometrů vzdáleného, především díky „*satelitním přenosovým vozům a telekomunikačním družicím*“.

Třetí a nejpodstatnější fází technického vývoje je „*přechod na plně integrovaný digitální serverový systém zpravodajské produkce DNPS (Digital News Production Systém) nebo DNP (Digital News Production),*“ které se uskutečnilo na přelomu roku 2000. Tento systém s sebou nesl i další digitalizace v oblasti zpravodajství – „*Digital News Gathering a Digital Satellite News Gathering*“. Zajišťuje kompletní a celoformátový sběr a „*zpracování audiovizuálních informací v podobě datových souborů, organizace veškeré výroby a odbavování zpravodajských relací ze serverových terminálů a technologickou konvergenci s internetem*“ poskytující internetový přenos zpravodajských kanálů na webu.

Digitalizace zpravodajství s sebou oproti analogové výrobě přinesla nové možnosti, ale hlavně přeměnu TV zpravodajství a tvůrčích principů práce žurnalistické profese. (Osvaldová, 2011, s.89)

1.2 Zpravodajská studia

Po vynálezu televize bylo po přenosových technologiích a barevném vysílání dalším důležitým milníkem ve jejím vývoji používání počítačových systémů. První počítače byly poprvé instalovány v roce 1981 a síť OASIS („Office Automation System and Information Services“) na podporu distribuci počítačových dat byla představena v roce 1985. Prvními

pokusy o HDTV, tedy vysílání ve vysokém rozlišení, započaly v roce 1968 v technických laboratořích japonské veřejnoprávní televize NHK v Tokiu. V HD rozlišení se odvysílaly Olympijské hry v Soulu v roce 1986. Prostřednictvím satelitního vysílání v roce 1991 televize CNN odvysílala válku nad Perským zálivem v přímém přenosu.

Nové technologie a počítačový management televizních stanic změnilo mnoho aspektů, konkrétně způsob přenosu zpráv, vysílání nebo metody vzniku zpráv. Například využití počítače založeného na automatickém systému zpravodajského studia nabízí moderátorům mnoho možností ve zpravodajské činnosti, jako je flexibilní sdílení, propojování informací, kontinuita pořadu a zjednodušení některých operací. (Zangana, 2017, s.33-34)

Digitalizace televizního studia vzbudila také zájem u pracovníků a novinářů ve zpravodajství. Technický pokrok a rozvoj zvýšil produkci zpráv na 24 hodin denně sedm dní v týdnu. Z této perspektivy nové nástroje společně se změnami studia poskytly zaměstnancům televize nové a odlišné možnosti pracovat v interaktivním prostředí. Zangana ve své práci popisuje, že změna studia díky vývoji technického prostředí vede k „multi-skill, multi-task a multi-media“ práci žurnalistů. Což také doléhá na celkovou produkci zpravodajství. Zlepšení lze vidět na čtecích zařízeních, vizuální stránce zpráv, ale také na jejich obsahu. Technologické vybavení zajišťuje personálu schopnost výroby zpráv s vysokou zvukovou i vizuální kvalitou. Role žurnalistů poté závisí na jejich umu a kreativních schopnostech poradit si s technologickými nástroji, které jim umožňují organizaci a editaci informací při tvorbě reportáží a jiných zpravodajských příspěvků, jakožto jeden ze znaků standardu moderního studia. Nové technologie ovlivnily chod pracovních postupů a změnilo fungování zpravodajské výroby. Žurnalisté mají větší možnosti ve využívání vizuálních efektů, jako jsou grafické a jiné kreativní prvky, které jsou uplatňovány například v rychlém přehledu zpráv. Také se využívají další interaktivní aspekty, a to grafické zprávy, mapy, videa nebo zvukové nahrávky. Velkou výhodou technického pokroku je rychlost výroby reportáží, což také znamená ulehčení práce žurnalistů či ušetření nákladů za výrobu. Různé typy digitálních automatizovaných systémů se začaly využívat pro vytváření interaktivnějších zpráv, díky čemuž je možné koordinovat více míst na jednou, tedy režii studia, studio samotné s moderátorem, natočené příspěvky redaktorů nebo živé vstupy z exteriérů. (Zangana, 2017, s.40.42)

Digitalizace zpravodajských studií a jejich integrace způsobila snadné sdílení, opakované

využívání a distribuování obsahu přes různé platformy, také snadnou výměnu informací, případně zavedení rychlých změn. (Lin, 2014, s.4)

U vysílání zpráv jsou žurnalisté a technologie neoddělitelně propojeny. S tím, jak se technologie zdokonalují, mají žurnalisté více nástrojů pro převyprávění jejich „příběhů“. (Zangana, 2017, s.62)

V 90. letech byl rychlý vývoj technologií poznat v mnoha rovinách. Změna se dotkla formy televizních zpráv, způsobu shromažďování informací, prezentování zpráv na obrazovkách i jejich výroba. Jako první integrované studio představila finská televize YLE, a to v roce 1996. O dva roky později se přeměna studia dotkla i britských mezinárodních organizací BBC a ITN. USA a společnosti CNN, MSNBC a Fox News zahájila digitální vlnu v roce 2001.

Vágner (1997) uvádí, že podoba a funkčnost studia je důležité nejenom pro výrobu zpráv, ale také pro zaujetí diváka, který chce „vstoupit do prostoru studia“. Mění se záběry, postoj a pozice moderátorů, jejich věci na moderátorském stole a různé kouty studia divákovi nabízí být „v příběhu zpravodajství“. Přítomnost dvou moderátorů dle Vágnera se mění z „vyprávění příhod na něco lidského,“ tedy, že moderátoři jsou blíže publika, a je zde pocit rovnosti mezi lidmi. První takové studio představila nejdříve Televize Nova s počátkem jejího vysílání, tedy v roce 1994. Česká televize nové studio představila v roce 1995. (Vágner, 1997, s.99-100)

1.3 Veřejnoprávní a komerční televize

Důsledek vzniku a používání nových technologií nabízí i rozšíření televizní nabídky pro diváky. Postupně dochází ke vzniku zcela nových formátů televizních pořadů a plnění tzv. soukromého sektoru. Tyto nové pořady, které „*dokážou lépe reagovat na individuální potřeby příjemců sdělení*“, jsou ale „existenčně závislé“ na sledovanosti co největšího počtu diváků, což se promítá na obsahové struktuře televizního kanálu. Oproti televizi veřejné služby tvoří komerční televize většinu divácké nabídky. Různorodost financování televizi, která je podstatným faktorem odlišnosti, působí i na výrobu zpráv, ať už od samotného výběru aktualit a dění, které budou ve zpravodajských pořadech promítnuty, přes „zpracování“ informací s různými procesy „*výstavby narací, které zajistí přízeň a důvěru předpokládaného publika*“. (Hurtíková, 2016, s.42-43) Odlišná je zejména programová náplň, společenská odpovědnost, která se pojí s vysílaným obsahem.

Česká republika byla mezi zeměmi bývalého režimu, která se jako jedna z prvních úspěšně přeměnila z televize podléhající ideologickému tlaku na „tzv. duální systém“, tedy zavedení, fungování a konkurenceschopnost „veřejné a komerční instituce“ současně. (Vágner, 1997, s.22)

1.3.1 Televize veřejné služby

Vysílání veřejné služby má v Evropě již dlouhou tradici, oproti například USA, kde jsou veřejnoprávní společnosti oslabeny. I přes křížící se národní rozdíly, je zde několik znaků, které jsou podobné a pro tuto činnost velmi významné. Obecně je veřejnoprávní televize pokládána za hlavní pilíř demokratického procesu. Díky koncesionářským poplatkům, který platí každý člen populace, je osvobozena od tlaku komerčních společností a závislosti na příjmech z reklamy. Na druhou stranu je tato televize povinna doručovat veřejnou službu dodržující demokratické principy a hodnoty. Občanům poskytuje vyvážené informace, vzdělávání na společenských tématech „politickou nestrannost, nezávislost na partikulárních zájmech a státu a je tzv. podavatelem slušnosti.“ (McQuail, 2009, s.199) I přes období rozkvětu „privatizace a komercializace“ televizí a získávání povolení pro nové televizní stanice si veřejnoprávní televize udržuje své významné postavení v demokratické společnosti i právě díky „obavě z nekontrolovatelné komunikační moci médií“. Stejně tak jako je dbáno na blaho společnosti vyžadující „v této oblasti rozumné rozložení sil,“ které mají za úkol regulovat televizi jako masové médium. (McQuail, 2009, s.199)

Vágner tvrdí, že se veřejnoprávní televize z hlediska financování člení do několika kategorií. „První je financována z koncesionářských poplatků a komerční činnosti, ale bez reklamního vysílání (britská BBC), druhá je založena na tzv. smíšeném financování, tedy z poplatků a reklamy (většina evropských televizí: rakouská ORF, německá ZDF, italská RAI, naše ČT atd.), třetí, nejméně častý model, je založen jen na reklamě (španělská RTVE), čtvrtou skupinu pak tvoří televize, financované dotacemi ze státního rozpočtu a příjmy z reklamy (belgická RTBF).“ (Vágner, 1997, s.21)

1.3.2 Komerční televize

U komerčního zpravodajství se očekává větší důraz na „senzačnější“ reportáže, tzv. „soft news“ (emoce, konflikt, negativita), než u veřejnoprávní televize. V rovině s cílem veřejného zájmu se veřejnoprávní televizní zpravodajství věnuje reportážím s dopadem na

společnost, tedy poskytuje i širší kontext a pozadí. (McQuail, 2009, s.199)

Komerční televize nemají podobné závazky sloužit veřejnému zájmu jako veřejnoprávní televize a jsou více orientované na trh a závislé na zisku. Proces produkce komerční televize je ovládaný logikou trhu a je charakteristický uspokojením co nejširšího publika.

Komerční zpravodajství se vyznačuje „senzačními“ formáty, jehož dramatický diskurz je definovaný především prvky, které mají v divákovi vyvolat emoce. Typickými zpravodajskými tématy jsou potom kriminalita, konflikt, terorismus, katastrofa, šoubyznys nebo tzv. „příběhy ze života“ („*human interest*“). Obecně tento koncept vzbuzuje negativní dojem s upadající kvalitou zpráv a oslabující demokratickou funkcí zpráv.

Dalším rozdílem mezi veřejnou a komerční televizí je prvek bulvarizace. Od více seriózních témat („hard news“), jako je politika a ekonomika, se komerční zpravodajství dostává k více triviálnějším („soft news“), jako je kriminalita „lidské osudy“ a zprávy ze společnosti. Zatímco „hard news“ pokrývají témata společensky podstatná a informativní a jsou především mířena na veřejné dění, „soft news“ mají tendenci být méně důležité a urgentní a mají hlavně svou zábavní hodnotu. Bulvární témata jsou často záznamy z akcí spojené s celebritami, které však postrádají hloubku, a jsou zaměřeny na personalizované narativy s účelem zesílení vztahu a blízkosti s divákem. Tato témata ale obecně mohou oslabovat kvalitu žurnalistů. S upřednostňováním více „soft“ zpráv před „hard“ zprávami hrozí riziko, že občané nebudou adekvátně informováni a nebudou mít dostatek nezbytných nástrojů pro formulaci vlastního vyváženého názoru. (Jakobs, 2016)

Podle Jiráka (2015) se do zpravodajství čím dál častěji mísí prvky zábavy. Zpravodajská sdělení jsou koncipována tak, aby bylo co nejvíce „*jednoduché, snadno pochopitelné, spíše emocionální než analytické, zkrátka zábavné.*“ Pojem, který tento názor vyjadřuje, se také nazývá „infotainment“. V českém jazyce se překládá jako tzv. „infozábava“, původně slovo vzniklo spojením slov z angličtiny „information“ (informace) a „entertainment“ (zábava). Jiráka vidí jako původce tohoto trendu živé vysílání a tzv. „kontinuální zpravodajství“, které přispěly k větší míře „dramatizaci zpráv.“ (Jiráka, 2015, s.280)

Komerční televize v USA, které se staly inspirací i pro evropský trh, lze rozdělit na dvě skupiny. První z nich jsou přidružené k jednomu z televizních gigantů, „jako je NBC, ABC a CBS,“ druhou skupinou jsou tzv. „indies, nezávislé“. Americkou scénu pokrývají také veřejné televize, které jsou kromě podpory státu a štedrosti movitého publika placené „z dotací různých fondů a také reklamy“. (Vágner, 1997, s.21)

Veřejnoprávní stanice jsou spíše doménou Evropy, ale lze zde najít i první počátky komerčního vysílání. Mezi první komerční stanice patří lucemburská „CLT“ z roku 1954, ve Spojeném království to potom byla „ITV“, ta měla být „protiváhou monopolu BBC, což znamená, že byla předmětem státní regulace a pod kuratelou státního orgánu.“ Prvotně měla sloužit k posílení veřejnoprávní televize, nikoli jako její konkurent.

Reklamní prvky se do televizí dostaly ihned v šedesátých letech. I když konkrétně ve Francii směla vysílat pouze reklamu na všeobecné bázi pro „zemědělské výrobky bez udání firmy“. Průlom nastal v roce 1969, kdy do televizí pronikly „elegantní“ reklamy „na jídlo, prací prostředky a automobily.“ (Vágner, 1997, s.22)

1.4 Rámcování pořadů

Podle Shanto Iyengara existují dva typy rámcování televizního obsahu – epizodické a tematické. Epizodické rámcování zpráv „má formu případové studie nebo reportáže z události a znázorňuje veřejné záležitosti na konkrétních případech“, například obviněný vrah, mladistvý uživatel drog, člověk bez domova apod. Oproti tomu tematické rámcování vyobrazuje „veřejné události více abstraktně v širším kontextu“. Například se jedná o reportáž ze zasedání vlády nad určitým tématem apod. Hlavními rozdíly mezi těmito typy rámcování je, že epizodické rámcování je založeno na konkrétních událostech, které ilustrují dění, zatímco tematické prezentuje kolektivní či obecné důkazy. Jak Iyengar dodává epizodické reportáže jsou o „dobrých snímcích“, tematické o „mluvících hlavách“. (Iyengar, 1991, s.14)

V zásadě se podle Iyengara dá televizní zpravodajství nazvat jako „dvaceti jedna minutový“ stručný přehled zpráv fungující pod mocným komerčním diktátem a dobře definovanými normami žurnalistické objektivity. Tato omezení času, inzerce a profesionální etiky vysvětluje, proč se mnoho televizních zpravodajských reportérů zaměřuje na konkrétní činy a mimořádné zprávy. Epizodické reportáže prezentují pokrytí „hard news“ „na obrazovkách“ a jsou často vizuálně podmanivé. Tematické pokrytí souvisejících událostí si žádá hloubkovou analýzu s delší přípravou a větší novinářskou zaujatostí. Jednoduše řečeno zde není větší prostor pro vysílání tematických pozadí u všech událostí. (Iyengar, 1991, s.14)

1.5 Televize a politika

V minulosti byly prováděny experimenty o vztahu médií a politiky. O takzvané studii

Panorama se zasloužil Stuart Hall a kolektiv, který se v roce 1976 zabýval debatním pořadem BBC Panorama a rolí moderátora v něm. Při debatě se zástupci britské vlády, konkrétně mezi konzervativci, labouristi a liberály, moderátor svou „drobnou chybou, která odhalila jeho negativní postoj k labouristům, a která změnila směr debaty“ byl labouristou Jimem Callaghanem upozaděn a z debaty vyšel podle Hallovy studie jako „dokonalý řečník, a tedy politický vůdce“, ale hlavně „vítěz“ debaty. Což by se nemělo stát u veřejnoprávní televize, proto hlavní otázkou této studie bylo, jak „tvůrci pořadu ideologicky modulují a strukturují konotační význam.“ Tato studie potvrdila fakt, že je jedním z očekávání novinářské profese, že „novináři budou stále skrývat své vlastní preference“ a dodržovat nastolená pravidla. (McRobbie, 2006, s.32-33)

Zpravodajské pořady se již tradičně zabývají přehledem aktuálního dění. Diskusní pořady, které jsou zaměřeny na dané téma, byly upozaděny a přeřazeny do jiných vysílacích časů v prosperitu různých zábavných pořadů. McRobbie tvrdí, že s přibývajícím novými a novými kanály, se změnila i veškerá televizní scéna. „Větší konkurence, komercializace a deregulace vytlačují politicky zaměřené vysílání z centra zájmu. Někdo by mohl namítnout, že bulvarizace vnesla do vysílání aktuálních událostí laciné vnější efekty a témata, která souvisejí s životním stylem či jsou zkrátka okrajová.“ (McRobbie, 2006, s.36)

1.6 Hlavní zpravodajské relace

Hlavní zpravodajské relace mají určen svůj hlavní vysílací čas, a to především ve večerních hodinách v čase, který se nazývá „prime time“. Předchází jim ale další pořady, které cyklují během celého dne, například stručné aktuální zprávy, denní zpravodajské pořady, které, ať už v podobě živých vstupů z místa dění, krátkých reportáží či prostřednictvím internetových kanálů, jako jsou sociální média aj., informují publikum o aktuálních událostech. Program vysílání zpravodajských pořadů je založený na bázi „živého vysílání jako nepřetržitého informačního toku pravidelně se opakujících a na sebe navazujících různých zpravodajských a publicistických formátů, které jsou rozloženy do časové osy celého dne.“ (Osvaldová, 2011, s.82)

Česká televize každodenně „vysílá hlavní zpravodajskou relaci Události“. Jak Hurtíková (2016) píše „poskytování aktuálního zpravodajství“ je České televizi uloženo zákonem č. 483/1991 Sb., o České televizi. Česká televize dále „divákům poskytuje informace důležité pro jejich všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů“, jak se uvádí v Kodexu České

televize, kterým se i řídí. (Hurtíková, 2016, s.43; Kodex ČT, 2020)

Oproti tomu se mezi televize z komerčního sektoru řadí TV Nova. Jejím zpravodajským pořadem jsou Televizní noviny, které přináší „souhrn denního zpravodajství patřící mezi nejsledovanější relace TV Nova“. Na TV Nova nepochybně působí rysy komerce, jenž nezohledňuje faktor „objektivitu a nestrannosti redaktorů“. Cílem kanálu je přinést co nejvíce lákavý a poutavý obsah, který zaujme publikum a „emocionálně jej vtáhne“ do vysílaných reportáží. Důkazem přítomnosti těchto faktorů je „velké množství živých vstupů, důraz na vykreslení názoru a svědectví obyčejného člověka“. Vysílané prostředí v kontextu s obsahem relace je popisováno velmi „podrobně a sugestivně“, nezapomíná se na úderná slovní spojení, pojmy, „dramatizaci a zveličování“. „Zpravodajství“ se tak vyznačuje svou „přístupností a názorností“, které jsou zajímavé a blízké pro publikum. (Hurtíková, 2016, s.43-4) Tento fakt se ale dostává do kontroverze s neutrálním postojem žurnalistů a vypovídající kvalitou poskytnutých informací.

1.7 Obsah zpravodajského sdělení

Obsah zpráv koresponduje s typem média, odpovídá hodnotám a představám mediální instituce. Jsou pomyslným středobodem mezi médiem, které zprávy tvoří, a příjemcem sdělení, kteří zpravodajství konzumují. Zároveň představují vlastnosti média a společenský charakter, například převažující postoje a ideje. (Trampota, 2006, s.59)

1.7.1 Televizní zpráva

Dle Osvaldové a kolektivu zní definice: „základním útvarem žánrové struktury televizního zpravodajství a jeho elementární stavební jednotkou je televizní zpráva. Obecně je charakterizována jako pohotová, věcná, stručná a přesná informace o společensky důležitých, významných nebo zajímavých událostech, zaznamenaných v jejich audiovizuální syntetické podobě.“ (Osvaldová, 2011, s.83)

Má informativně kognitivní funkci a můžeme jí rozdělit na: čtenou, obrazovou a kombinovanou. (Halada, 2017, s.275) Vznik „zprávy čtené“ lze zařadit do počátků rozhlasového vysílání. Jedná se o krátkou a výstižnou zprávu zprostředkovanou přes „zpravodajské agentury“. Formulovanou dle principů „mluveného slova“ a řečenou z úst moderátora přímo z natáčecích ateliérů. Čtená zpráva bývá přednesena bez vizuálních podkladů, často se jedná o zvláštní nebo čerstvou informaci, ke které není více detailů. Nyní se čtená zpráva používá minimálně, což je důsledkem vývoje technických zařízení.

Na druhé straně k hojně využívanému žánru pro poskytování informací je takzvaná „zpráva obrazová“. Svou skladbou připomíná tradiční „filmový šot“, je souhrnným a „krátkým obrazovým záznamem události“ s dodaným komentářem televizního moderátora, které dotváří kompletní sdělení a přidává zprávě na významu. Toto zpravodajské sdělení se ve vysílání používá ve dvou variacích:

- „zpráva čtená a její modifikace“ – moderátorský výstup společně se snímky reportáže a původním zvukovým podkresem
- „tzv. kraťasy“ – soubor snímků událostí (dva a více) poskládané za sebou doplněné s výstupem moderátora, slouží jako „rytmické předěly a k osvěžení pozornosti diváků“

Kombinovaná zpráva je aktuálně nejvíce využívaným typem zprávy, kde se používá systém „obrácené pyramidy“. Její převahu lze nalézt jak v tématu politiky, tak ekonomiky. Základ kombinované zprávy je ve slovním projevu, vizuální materiály mají úlohu převážně podkresovou. (Osvaldová, 2011, s.85-86)

Televizní zpráva s principem „obrácené pyramidy“ je typ příběhu, který začíná „zápletkou a jádrem sdělení“ a dostává se k ostatním dodatečným faktům. Divák televizního zpravodajství je tak informován o podstatě zprávy na začátku sdělení, které je doplněno o další souvislosti příběhu. Tento způsob se aplikuje zpravidla u tzv. „hard news“ a novinek. Divák by tedy po chvíli měl být seznámen se základními fakty odpovídající na otázky – „kdo, co, proč, kdy a kde.“ Tato forma informování o událostech je používána od konce 19. století, kdy byla upřednostněna před formou seřazování zpráv dle časové posloupnosti. Trampota dodává, že důvodem použití této formy kompoziční struktury zprávy byla například „*technická nespolehlivost telegrafu*“ nebo „*snaha čtenáři usnadnit příjem zprávy*“, tedy sdělit podstatu informace právě na prvním místě. (Trampota, 2006, s.62) Jak ale Osvaldová popisuje, „chronologickou kompozicí“ se značí sportovní zprávy a reportáže se zachovaným sledem časových událostí, například podle skóre sportovního utkání. (Osvaldová, 2011, s.85)

Osvaldová uvádí další typ zprávy, a to reportážní, která „*představuje kvalitně nejdokonalejší žánrovou formu televizního zpravodajství, nejadektivněji vystihuje přirozenou povahu televizního zobrazování a nejefektivněji využívá bohatosti jeho audiovizuálního jazyka.*“ Představuje efektivní souhrn skutečností doplněné o fyzické „svědectví redaktora“. (Osvaldová, 2011, s.86-87)

Składba této zprávy je vyjma počátečního moderátorského vstupu ve studiu složena ze tří úseků. Začátek zprávy se snaží zainteresovat publikum do předmětu zprávy, například se jedná o „silnou výpověď očitého svědka či dramatický úryvek“, dále přichází druhý úsek, kde se publikum dozvídá základní informace zprávy jako prostředí a původ události, důležité podrobnosti nebo výpovědi zainteresovaných osob. Reportáž je zakončena shrnutím hlavních znaků a jejich důsledků. Osvaldová na závěr dodává, že *„kvalitní reportážní zpráva je svébytnou, formálně i obsahově uzavřenou jednotkou a jakýkoliv zásah do její struktury narušuje její informační nasycenost, autonomii i jedinečné postavení ve skladbě zpravodajského pořadu.“* (Osvaldová, 2011, s.87)

Další typ zprávy je televizní rozhovor neboli „interview“, který je složitější na reagování moderátora, na jeho zvýšenou pozornost a rychlost reakce. V daném čase televizní reportáže je na něj vyvíjen tlak také kvůli profesním požadavkům, jako je slovní přednes a jeho komunikační um. (Dočekalová, s.58) Rozhovor je také ovlivněn způsobem „sběru“ záznamu a následně jeho účel. Může se tedy jednat *„od realizačně náročného svébytného publicistického pořadu, přes zpravodajský studiový rozhovor, vyjádření kompetentní osoby v synchronu na kameru, až po anketní záznamy odpovědí náhodně oslovených chodců na ulici.“* (Osvaldová, 2011, s.87) Dalším druhem je „živý vstup do vysílání zpravodajské relace“ nebo interview skrze „satelitní videotelefon nebo telekomunikační techniky“ z jakékoliv zeměpisné polohy.

Televizní zpráva ale prochází pokrokem s vyvíjejícími se technologiemi. Dochází k mazání rozdílů a mezi mezi žánry a křížení a míchání audiovizuálních zpráv (například kombinace klasického žánru s „živými vstupy, rozhovory ve studiu, telefonáty, názornou infografikou a dalšími interaktivními obrazovými kanály.“

„K získávání stále lepších, rychlejších a dostupnějších záběrů přispívá i stále dokonalejší, operativnější s mobilnější snímací, záznamová a přenosová technika.“ (Osvaldová, 2011, s.88) Současná tendence využívá například i sociální média a obsahy na nich zveřejněné, které se týkají aktuálních témat z celé zeměkoule.

Zprávy lze rozdělit i dle prostoru. Americká medioložka Gaye Tuchmanová pracuje s pojmem „zpravodajská síť“, která slouží k „lovu“ zpráv po celé planetě, a její *„uzlové body se vyznačují přítomností agentury nebo dopisovatele.“* Jsou přítomni tam, kde je „pravděpodobné“, že se stane nějaká „událost“ atraktivní pro publikum. McQuail (2009) dále popisuje, že *„zpravodajská síť obsahuje tři předpoklady o zájmech čtenářů: čtenáři se*

zajímají o události v určitých lokalitách, čtenáři se zajímají o činnost určitých organizací a čtenáři se zajímají o určitá témata.“ Tomu také odpovídá uspořádání „zpravodajských redakcí či oddělení“ podle rozdělených území nebo tzv. „rubrik“. „Zpravodajské rubriky“ jsou definované podle tématu, podle oblasti i podle společnosti („sít' společenských vztahů“) a zaručují tak objevení a zmapování „zpravodajských událostí“, které jsou snadněji přijaty jako „zpráva“ i z toho důvodu, že je někdo spatřil. (McQuail, 2009, s.245-6)

Další kritérium, které je pro zprávy velmi typické, je čas. *„Časovost je základní složkou novosti a závažnosti, což jsou dva faktory, které patří ve zpravodajství k nejoceňovanějším. ... Být první nebo mít exkluzivní zprávu je při rozhodování a hledání priorit v novinách často významnějším faktorem než všechno ostatní.*“ McQuail se dále vrací k Tuchmanové a její síti, která je „rozložena v prostoru i čase“ a je přichytána tak, že se v ní nechá „polapit“ cenná informace. (McQuail, 2009, s.245-7) „Typizace událostí“ podle časového měřítka přispívá novinářům a reportérům se zprávami pracovat a předně si je časově rozvrhnout.

Kunczik (1995) uvádí další rozdělení zpráv, a to *„hard news – horké zprávy, novinky“*, tedy nenadálé a nečekané dění, které by měly být zařazeny do zpravodajství ihned, a *„soft news – méně aktuální zprávy“*, kdy se jedná o informace skládající se do postupné souvislosti, které jsou použity „dle potřeby“. Je ale složité určit přesný dělicí bod. Dalšími typy jsou *„spot news – okamžité zprávy“*, tedy „nejnovější nenadálé zprávy,“ které jsou často vyobrazeny reportérem přímo v místě dění, *„developing news – vyvíjející se zprávy“*, u kterých neustále přibývají nová fakta. Často se informace odhalí jako právě „spot news“ po delším sledování se stává „developing news“. Poslední typ, který Kunczik uvádí je *„continuing news – průběžné zprávy“*. To jsou predikované zprávy, které setrvávají delší čas, tedy například zasedání vlády či soud. (Kunczik, 1995, s.137-8)

Kde je ale časové měřítko vidět nejvíce, je „vysílání“. Zpravodajové používají několik typů zpráv, které charakterizují jako *„rutinní události, neštěstí, skandály a příhody (nahodilosti)“* a které vytváří takové konsekventy, skrze jež mediální instituce projevují svůj vliv. (McQuail, 2009, s.248)

Na závěr této kapitoly autorka uvádí rysy, které volbu příspěvků ve zpravodajství mohou zmanipulovat. Jsou jimi – mocné a významné osobnosti, individuální známosti, které ovlivňují to, na co se lidé soustřeďují, dále lokace, kde se dění odehrává, lokace, kde sídlí mediální společnosti a kde vládá státu. Dalšími rysy jsou časový odhad a zručnost

novinářů, distance, „načasování“ příhod i ve spojení s koloběhem produkce zpráv. (McQuail, 2009, s.248)

1.8 Zpravodajské požadavky

Jak autorka již výše uvedla, jednou ze základní funkcí zpravodajství je informovanost, a to spolehlivá z důvěryhodných zdrojů, což je předpoklad demokratické státu. Důležité je to zejména pro to, aby jeho členové získali přehled o fungování světa a prováděli zodpovědné úsudky v běžném životě, ale i k přispění k funkčnosti státu a společnosti, například tedy u voleb apod. Členové společnosti spoléhají na zpravodajství jako na zodpovědné médium, jehož obsah a „*novinářské postupy při zpracovávání událostí do zpráv by měli odpovídat normativním požadavkům.*“ Ty mohou pro zpravodajské výstupy a výkon novinářů být ohodnocujícími „*kritérii objektivity, vyváženosti a nestrannosti.*“ (Trampota, 2006, s.143) „*Tyto normy se vztahují ke způsobu zpracovávání informací o událostech a konečné podobě zpravodajských obsahů.*“ Nevztahují se ale na předpoklady „fungování zpravodajství“, nýbrž na vzniklé příspěvky a projevy. (Trampota, 2006, s.144) Objektivita je zde vnímána ve dvou rovinách. První z nich je práce novináře založená na plnění profesních metod, druhá je objektivita v ideologickém nastavení daného státu.

Jak uvádí Trampota, objektivitu lze rozložit na dva prvky. Jsou jimi faktičnost, která se „*skládá z kritérií pravdivosti a relevance*“. První kritérium se vztahuje na „*faktickou, věcnou správnost výpovědi, její přesnost a také úplnost*“. Druhé potom vychází „*z normativních očekávání vztahujících se ke zpravodajství, z požadavků a potřeb publika a z ukazatelů reálného světa.*“ Hlídnou tak obsah zpráv včetně informační komplexity a přítomnosti všech účastníků relevantních pro zpravodajskou reportáž.

Druhým prvkem je nestrannost, která se zajímá především o to, „*jak jsou obsažené informace zpracovány, zda mají možnost se k události vyjádřit všichni relevantní aktéři v obdobném rozsahu a zpracování.*“ Spolu s vyvážeností a neutrálním obsahem se stará o „*rovný nebo proporční přístup aktérů zpráv*“ a „*vyhnutí se explicitním a implicitním hodnotícím prvkům.*“ (Trampota, 2006, s.146)

K dodržení zásad objektivity mohou pomáhat následující metody. Sdělovat zprávu výrazově neutrálně, konkretizovat informace, používat slova bez citového zabarvení nebo třídit informace v náležitém sledu za sebou. „*Objektivní žurnalistické texty se podle této koncepce vyznačují správností, úplností, ověřitelností, věcností a neutralitou.*“ (Kunczik,

1995, s.111)

V konečném důsledku ale záleží na novináři samotném, se kterými informacemi bude pracovat a které vyloučí. Objektivita tedy nemusí být u všech příspěvků zachována. Existují i typy příspěvků, kde by zachování objektivity způsobilo „*ohrožení veřejného zájmu*“, a to například v případě „*při informování o událostech ohrožující stabilitu společnosti.*“ (Trampota, 2006, s.146-7)

Dle Kodexu České televize čl. 5 zpráva „*musí být založena na zjištěných a ověřených údajích.*“ Zároveň je povinna poskytnout a předat publiku „*pravdivý obraz skutečnosti*“, pokud je to opravdu nerealné, potom se má pravdě nanejvíc přirovnat. Ověření zprávy musí potom ČT zaručit nejméně dvěma „*důvěryhodnými a na sobě vzájemně nezávislými*“ zdroji. Mimo jiné Kodex ukládá za důležité redaktorskou „*odbornost, přesnost a nestrannost.*“ (Kodex ČT, 2020)

Kunczik ve své publikaci uvádí, že pro vytvoření zprávy odpovídající normám objektivity by se mělo separovat sdělení a názor, redukovat informace na známé skutečnosti, které navíc nejsou nijak zmutovány či upraveny. V knize dále radí nezveřejňovat výpovědi, které neposkytují relevantní informace, vyhnout se záměrným sebeprezentačním taktikám respondentů, divákům nabízet informace, které jsou ověřené, vyhýbat se hypotézám a odhadům. (Kunczik, 1995, č.112)

Vágner (1997) uvádí celkem čtyři hesla u zpravodajských požadavků komerčních televizí: „*přehlednost, aktuálnost, důvěra, známost.*“ „*Přehlednost*“ je založena na známých bodech hned na úvod zpravodajské relace, jsou jimi „*hodiny, znělka, stručné upoutávky a hlasatel, který diváky přivítá.*“ Kromě toho, že by relace měla být „*logická, plynulá a přirozená,*“ komerční televize často porušují tyto zásady z důvodu větší zainteresovanosti publika. Nejvýznamnější zprávy jsou zařazeny doprostřed pořadu, kombinují se zprávy působivé i méně působivé, je zde potřeba vyšší míra pozornosti moderátora z hlediska kontinuity zpráv, který je uvádí. (Vágner, s. 97-110)

1.9 Zpravodajské hodnoty

Walter Lippmann v publikaci *Public Opinion* z roku 1922 poprvé popsal termín „*news value*“, tedy „*zpravodajská hodnota*“, který určuje, zda zpráva odpovídá prvkům zprávy masových médií. Lippmann za hodnoty považuje: „*jednoznačnost, překvapení, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt.*“ (Kunczik, 1995, s.119)

V šedesátých letech se o zásah do tohoto tématu postarala odborná práce Johana Galtunga a Marie Rugeové „The structure of foreign news“, kde bylo popsáno v součtu dvanáct činitelů zpráv. Jsou jimi „frekvence“, tedy časový interval, jež se váže k periodicitě médií, „práh pozornosti“, který se týká intenzity informací, zpravidla čím je vyšší, tím má zpráva větší šanci na zveřejnění. Dalším faktorem je „jednoznačnost“, která zdůrazňuje stručnost a výstižnost zprávy, dále zpráva má pro diváka „význam“, téma mu je tedy blízké, „souznění“, které má naplňovat „očekávání publika.“ Následuje „překvapení“, což znamená, že divák na informace není připraven, význam „kontinuity“ znamená opakovanou a souvislou informovanost, „variace“ spoléhá na široké zmapování světového dění. Faktory „vztah k elitním národům“ a „vztah k elitním osobám“ odkazují na známé a vlivné osoby, které jsou zároveň předmětem určení totožnosti a společenského zařazení. Dalším faktorem je „personalizace“, která se vztahuje k činům konkrétních osob, a posledním dvanáctým je „negativita“, která je často rozhodujícím prvkem u označení mediálního sdělení jako relevantním. (Kunczik, 1995, s.120-122)

Galtung a Rugeová uvádí – „čím více faktorů i jedné události se sejde, tím vyšší je pravděpodobnost, že se tato událost stane zprávou.“ (Kunczik, 1995, s.122) Dostávají se i k pravidlu „*bad news are good news (špatné zprávy jsou dobré zprávy)*“, které objasňuje splnění rovnou čtyř faktorů, a to frekvenci („*události lépe odpovídají frekvenčními kritériu než události pozitivní*“), jednoznačnosti („*při označení zprávy za negativní existuje větší shoda*“), překvapení („*negativní události se objevují nečekaně a náhle*“) a významu („*u mnoha lidí odpovídají události jejich obrazu světa*“). (Kunczik, 1995, s.123)

Kunczik uvádí několik způsobů, aby se mohla zpráva považovat za objektivní. Prvním z nich je „*uvádění protikladných názorů*“, což znamená získat názor na problematiku z více stran. Rozdílná tvrzení různých aktérů tak podpoří „nezaujatost“ novináře a média a přispěje k jejich „věrohodnosti.“ Další způsob je „*prezentace dodatečných důkazů*“ zakládající si na dostupných faktech, které jsou výsledky provedených rešerší. Dále je to „použití uvozovek“ u vyjadřování názorů a výpovědí různých lidí, což napomáhá k vyjádření „odstupu“ od tématu samotného novináře. Poslední způsobem, jak podpořit objektivitu zprávy, je „*rozčlenění informace do správného pořadí*“, tedy takzvaně od „nejdůležitější“ informace po méně podstatné. Zde se odkazuje ke zmíněné „obrácené pyramidě.“ (Kunczik, 1995, s.140-1)

2 Společenské instituce a sociální role v médiích

„Instituce znamená ustavené, stereotypizované, rutinní způsoby jednání běžné v určité skupině či kultuře. ... Umožňuje vysvětlovat pravidelnosti sociálního dění jako produkt činnosti samotných aktérů sociálního dění.“ (Keller, 1997, s.61) Keller dále uvádí, že počínání společnosti odpovídá jejímu „očekávanému“ chování, které se liší *„vzhledem k řešení určitého typu problému, vzhledem k uspokojení určité potřeby. Sociální role je jednání očekávané vzhledem k držiteli určité sociální pozice.“* (Keller, 1997, s.61)

„Teorie rolí“ se rozvíjela v čase. Psycholog Newcombe upozornil na potřebu diferenciaci *„očekávaného jednání (předepsaná role)“* a reálného *„chování určitých“* lidí v *„konkrétních situacích (chování v roli)“*, které vychází ze *„subjektivního výkladu požadavku role“*. Lze vytyčit jednotlivé podoby „rolí“. První podobou je „role připsaná“, která je přisuzována dle údajů jako *„pohlaví, věk, národnost, zděděný majetek“*, druhou rolí je „získaná“, kdy se jedná o nabyté skutečnosti jako *„prestiž nebo nezděděná privilegia“*, na závěr je to „role vnucená“, která plyne z nařízené situace jako *„vojenská služba“*, ale také *„nezaměstnanost“*. Toto definování ale vyvrací Merton se svým výrazem *„role set (sestava role)“*, kde poukazuje na fakt, že totožnou „rolí“ mohou jiní lidé vymezit odlišně nebo kontrastně. To udává především skutečnost pozice jednotlivce ve srovnání s „nosičem role“. V takovém případě se může vyvolat tzv. „konflikt v roli“. (Keller, 1997, s.63)

Jan Jiráček (2007) téma společenských institucí vysvětluje ve vztahu k médiím jako podstatnou část v denní rutině lidí i společností. Média hrají podstatnou roli z hlediska „funkcionalistického“, jehož význam uctívá *„institucionalizovaná společenská činnost plnící nějaké společenské funkce“*. Podporuje tak „normální fungování společnosti“ a její „integraci“. Právě „sociálně integrující role médií“ má vliv nejenom „sociální“, ale i „kulturní“, dále samozřejmě i „ekonomický“. Poměr mezi produkty žurnalistiky a základními „společenskými procesy“ se různí v konkrétních případech rozvrhnutí společnosti.

Prvním případem je přispívání k „demokratickému uspořádání společnosti“ ze strany novinářů, což znamená nabídku a distribuci sdělení, které lidstvo požaduje znát. Rovněž sem lze zařadit funkci médií „jako hlídačů psa demokracie“. Na druhé straně mohou tyto mediální výstupy upravit mínění publika podle tzv. „nastolování agendy“. Sdělení může být takové, jaké ho média nastolí a jakým způsobem ho zpracují. Další ideou je, že média

fungují jako „sociální reprodukce“, tedy jako nástroj „dominantních skupin, tříd a hegemonie“. Dále Jiráček pojednává o funkci médií vydržující „stávající rozložení sil“, díky médiím je publikem chápáno jako „přirozené“. Poslední reflexí integrace je „teorie sociální konstrukce reality“, která publiku „konstruuje svět“, napovídá, „*co je normální, co je úchylka, co je extrémní a co je přijatelné*“. Studie Stuarta Halla vypovídá o žurnalistice jako o „aktivním činiteli“, který publiku nabízí interpretaci dění. (Jiráček, 2007, s.58-9)

Úloha médií v sociálním měřítku jsou zakotveny v základních posláních komunikačního procesu. Jiráček uvádí interpretaci Laswella. Jsou jimi nepřetržité sbírání a výměna „poznatků“, „vytváření vztahů mezi jednotlivými součástmi společnosti (korelace)“ a „přenos kulturního dědictví (kontinuita)“. Mediální komunikace rozšiřuje tyto pojmy o „funkci zábavní“. McQuail i o „funkci získávací“.

Tento „obecně praktikovaný způsob jednání“, jak lze roli médií nazvat, se dotýká i běžného života občanů. Jiráček to uvádí na příkladu „organizace života členů společnosti podle vysílacího schématu“, kterým je především večerní zpravodajská relace. Lidé žijí v navyknutých „rituálech konzumace médií“, ať poslušnost v listování médiu (magazín, tisk) nebo kdo v domácnosti rozhoduje o právě sledovaných televizních kanálech. (Jiráček, 2007, s.58-60)

Společenskou institucí je zde televize, která se řadí do určité sociální struktury. Moderátorovi je potom přisuzována sociální role. Divák i moderátor pocházejí z různých, ale propojených sociálních kontextů. (Mancini, 1988)

3 Moderátor

V první řadě je důležité definovat si moderátora jako pojem. Původ lze najít v latině. Sloveso „moderari“ v překladu znamená mírnit, krotit, zdržovat. Pro podstatné jméno „moderator“ je potom význam vládce, krotitel, usměřovatel. V angličtině získal název „moderator“ funkci předsedy schůze, později řízení schůze či veřejné události. (Novotný, 2003)

Dle slovníku žurnalistiky je moderátor „v rozhlasu a televizi průvodce pořadem, obvykle besedou nebo diskusí, který jej uvádí, řídí a prezentuje. Je prostředníkem mezi diváky a účastníky rozhlasového či televizního pořadu. Moderátor je tvůrčí pracovník, který zpravidla spojuje několik tradičních rozhlasových či televizních profesí – redaktorskou, hlasatelskou, reportérskou, ale i komentátorskou a částečně také režisérskou a dramaturgickou. Uplatňuje se zejména v tzv. živém vysílání, převážně v pořadech typu magazínu. Moderátor interpretuje předem připravené texty, avšak značná část jeho produkce je zpravidla založena na osobité schopnosti improvizace, opírající se o široký všeobecný přehled i hlubší znalosti v oboru, resp. V příslušné specializace např. Moderátor hudebních pořadů – klasické či populární hudby.“ (Halada, 2017, s.150-151)

Na úzkou vazbu s rozhlasovými hlasateli by se nemělo zapomínat. Podle Conwaye a jeho studie „*Hosté v našich obývacích*“ bylo ve 40. letech slovo moderátor v americké televizi nepřiměřené. Člověk před kamerou a jeho označení nebyl v televizních zprávách příliš důležitý. To změnil až v roce 1962 Walter Cronkite, hvězda americké komerční televize CBS, který si jako vůbec poprvé označení moderátor vysloužil. Ve čtyřicátých letech byla osoba, která čte zprávy, zmiňována spíše jako hlasatel zpráv, oznamovatel nebo komentátor zpráv.

Počátky televizního zpravodajství v USA vykazuje mnohem komplikovanější scénář než jednoduchý přechod hlasatelních a komentátorských rolí z rádia do televize. (Cronway, 2007)

Americké televizní zpravodajství se ale od toho evropského odlišuje. Moderátor je v pozici tváře pořadu či televize, ale podle Cronwayovi studie, dny, kdy je moderátor jako jediný hlasem božím, jsou u konce. Jako chybu uvádí, že moderátor byl centrem pozornosti, i když v podstatě „pouze“ četl televizní čtecí zařízení. Nebylo tomu ale vždy tak, dříve stanice experimentovaly s různými formáty televizních zpráv. Někdy to byly obrázky, více

jako filmový týdeník, někdy mapy a grafy. V dalších přístupech byl moderátor na obrazovce pouze tehdy, když žádné jiné vizualizační metody nebyly dostupné pro konkrétní příběh nebo zprávu.

Na počátku zpravodajství, ve čtyřicátých letech, se velká pozornost zaměřovala na výběr osobností. Zlom nastal, když představitelé americké CBS začali přemýšlet, kde lidé umísťují (nové) televizory v jejich domácnostech. Podle Američanů, když si divák zapne televizi doma, moderátor se nachází s diváky v obývacím pokoji, a tedy by se tam také měl jako host chovat. Neměl by zvyšovat hlas, křičet, měl by mluvit klidně, přátelsky, inteligentním způsobem. (Conway, 2007)

Některé aspekty běžně spojené s televizní žurnalistikou jako sláva a zvýšená emocionalita byly už v menší míře prezentovány v předchozích formách žurnalismu. Jejich zvýraznění televizním médiem je udělalo více očividné. Adaptace pro televizní vysílání přidala vizuální stránky novináře a vyžadovala pozornost na vzhled a řeč těla. Především počátek barevného televizního vysílání od roku 1953 znamenala nezbytnou pozornost na šatník, líčení, kulisy a dekorace. Studiové osvětlení donutilo moderátory před kamerou a jejich hosty nosit make-up, aby nevypadali bledě. Právě díky barevné televizi se vzhled a vystupování zařadily mezi důležité prvky novinářské práce. Předávat publiku příběh správně a srozumitelně, což byla dříve novinářova hlavní úloha a záměr, se stalo pouze jednou z částí požadavků této role. Televizní novinář musel působit důvěřivým a sympatickým dojmem pro diváky u televizních obrazovek. Naučili se používat diskurzivní strategie, jak napodobit interakci tváří v tvář. V televizním studiu za moderátorským stolem moderátoři promlouvali do kamery, jako kdyby udržovali oční kontakt se členy publika, mluvili přímo k divákům v jejich domovech s konverzačním tónem a stylem.

V USA byli v sedmdesátých letech najímáni zpravodajští konzultanti, kteří také vymysleli strategii „veselé mluvy“, přátelské škádlení mezi moderátory televizního programu, pro podpoření pocitu familiárnosti a příbuznosti s diváky. Průzkum komunikace odhalil, že tento typ para-sociální interakce existuje mezi účinkujícími na obrazovce (televizními moderátory a diváky). (Meltzer, 2019)

3.1 Průlom

Jako první, kdo ustálil novinářskou tradici, byl Edward R. Murrow. V roce 1954 reportoval o činech senátora Josepha McCarthyho, a nespravedlnostech páchané na osobách

obviněných z komunistických sympatií, což odstartovalo i senátorův pád. Murrow zavedl také nové techniky do vysílání, jako „živé rozhlasové shrnutí“ nebo „televizní rozhovor na rozdělené obrazovce“, které jsou dnes stále používány. Murrow se svým pořadem „See It Now“ (1951–1958) stal velmi váženým novinářem.

Rok 1963 byl pro televizi vůbec pilotní. Americký moderátor CBS Walter Cronkite byl prvním, kdo v televizi informoval o atentátu na prezidenta USA J. F. Kennedyho, a vůbec poprvé více lidí řeklo, že se informace o incidentu dozvěděli z televize, nikoli z novin. Večerní vysílání potom vzrostlo z patnácti minut na třicet. Cronkitův projev emocí ve vysílání bylo něco, co se doposud vymykalo novinářským standardům. Tváří národní tragédii se odloučil od modelu sociální zodpovědnosti novináře a zaujal autentický a patriotický postoj. V reportážích o válce ve Vietnamu také přednesl i svůj názor. Projev emocí a osobnosti u televizních moderátorů nebyl nikdy plně akceptován u žurnalistů jiného média, jelikož byly v rozporu s dlouhodobými novinářskými principy. Novinářský teoretický rámec diskurzivního jednání a prosazování hranic jejich praktik byly přijaty studenty žurnalistiky.

S příchodem třetího tisíciletí spoustu zpravodajských organizací různého typu, včetně televize, produkují komentované, názorové programy. Avšak s vývojem nových technologií se počet diváků tradičního televizního zpravodajství snižuje, dochází k mísení zpravodajství se zábavou a plynulosti a přenosnosti jednotlivých televizních osobností napříč formáty a žánry. Zatímco během prvních padesáti let televizního zpravodajství reprezentovalo objektivní model žurnalistiky a „hard news“, dnes zpravodajští moderátoři mohou vyjadřovat zaujatější pohledy, které vyhovují určitým segmentům publika. Televizní moderátoři se pohybují mezi „soft news“ a zábavou. (Meltzer, 2019)

3.2 Moderátor jako profese

Velký účinek na volbu aktualit a dění, které se objeví ve zpravodajství, mají „mediální“ instituce, ale i specifická „redaktora“, na bázi daných zvyklostí instituce. Na zpracovávání informací mohou působit „*hodnoty, vzdělání a představy*“ daného „redaktora“, který je ovšem motivován k vykonávání profese dle norem a principů dané společnosti, jenž mu práci poskytuje. (Jiráček, 2006, s.48)

„*Burnsova studie o BBC*“, kterou uvádí McQuail se zabývá „profesionalismem“ a několika přístupy k „profesnímu zadání“. Jedním z nich je značná věrnost „tradičním

cílům“ televize veřejné služby jako prostředku udržování kvalitní úrovně společnosti a kultury, ale i hájení „standardů“. Dalším je „profesionalismus“, který se v minulosti blížil popisu „televize pro televizi“, jenž korespondoval se značnou věrností „zadanému úkolu“ a úlohou vytvářet „dobrou televizi“. Tento druhý přístup se vzdaluje od „amatérského“ pojetí a také tíže názorů publika nebo vedení společnosti. Je postaven na kritice pouze ostatních spolupracovníků – „profesionálů“. (McQuail, 2009, s.225)

Pozice „redaktora“ se řadí k tzv. „otevřeným profesím“. I přesto, že je k vykonávání práce třeba nadání (získávání, shromažďování a úprava údajů a dat), jiná speciální „licence nebo atestace“ nejsou potřeba. Podmínkou pro vykonávání profese tedy není ani studium. „Zpravodajství“ se tak věnují „absolventi“ rozdílných studijních zaměření. Zaměstnanci mediálních společností tak mohou oplývat pestrou řadou vědomostí napříč obory, jenž se může uplatnit u vytváření zpravodajských obsahů z mnoha, nejenom společenských, odvětví. „Otevřenost“ tohoto povolání může mít i svou zápornou stránku. Především v situaci „*začínajících redaktorů, kteří neprošli profesním vzděláním, nejsou obeznámeni se základy novinářské etiky, profesními normami nebo s posláním a rolí médií v demokratické společnosti*“ (Jirák, 2007, s.49) Což je zejména úkol konkrétních institucí seznámit své nové zaměstnance s „mechanismy“ práce žurnalisty, které jsou založeny na revizi a dohledu při pracovních úkonech nebo konkrétním „školením“. Důraz tedy nemusí být kladen na patřičné „vzdělání“, ale na pojetí „*přístupu k informačním zdrojům a bohaté spektrum osobních kontaktů z oblasti, kterou se zabývá*“ (Jirák, 2007, s.49)

Při vysílání televizního zpravodajství se lze během jedné relace na obrazovce setkat zpravidla se dvěma profesemi. Je jím reportér a moderátor, jejichž role se odlišují. Reportéři reportují přímo dané události a zprávy. Provází příběhem, zjišťují specifické informace a fakta, píšou si svá skripta, řídí rozhovory apod. Moderátoři uvádějí zprávy, za každým příběhem a reportáží se vysílání vrací zpět do studia, obvykle ke „zprávařskému“ pultu, který dává divákům pocit stability a balanc. Také zasahují do finálního editování zpráv. Mohou zasáhnout do řazení příběhů. (Barnas¹, 2013, s.14-5) Měli by disponovat detailním přehledem o aktuálním dění, mít velmi dobrý projev na kameru a mezi jejich silné stránky by mělo patřit psaní. (Barnas, 2013, s.316)

Ačkoli mnoho moderátorů je považováno především za „známý obličej“ zpravodajské

¹ Frank Barnas je americký profesor na Valdosta State University, zkušenosti získal z americké komerční televize ABC.

relace, většina z nich začala pracovat na pozici reportérů a postupně se propracovávala až do „moderátorského křesla“. (Barnas, 2013, s.316) Pravdou ale je, že pozice „redaktora“ je jakousi začáteční fází v „kariéře“, ať už tedy na „viditelnější“ pozici v televizním zpravodajství nebo k jiným povoláním do jiných sfér jako „tiskový mluvčí, public relations, reklamní agentury, případně politika. (Jiráček, 2007, s.49)

Ve vysílání jsou moderátoři často oslavováni a zvyšuje se i tendence dávat jim více prostoru před těmi, kdo za výslednou práci reálně stojí.² Je to známá praxe zpravodajského týmu, který moderátorům píše textové podklady pro jejich vstup ve vysílání. Přičemž s tím není žádný etický problém, i když si většina diváků myslí, že si moderátoři píšou texty sami. Někteří ho píšou částečně, ale častěji vzrůstá tendence přenechání této povinnosti na scénáristech a jiných, někdy i reportérech, kteří stojí za danou reportáží.³ (Barnas, 2013, s. 14-5) Úspěšní moderátoři ale bývají součástí editačního procesu od začátku, počínaje editační poradou, a podílí se na programu zpravodajské relace, což přispívá k vytvoření dobré atmosféry. Vytváří se tak spojení mezi „ON a OFF“⁴ vysílacím týmem, které vede k „lepšímu“ příběhu a úspěšnému pořadu celkově. Barnas dodává, že moderátor je lídrem žurnalistů ve studiu a jeho zavedené standardy ovlivňují podobu a charakter celé skupiny ve studiu. Moderátoři se sami považují za reportéry, jsou zvědaví a kladou velký důraz na jejich vlastní texty, které se objevují ve vysílání. (Barnas, 2013, s.306)

Moderátoři uvádí reportáže, vyplňují prostor mezi tou předchozí a následující, jsou na obrazovkách přibližně třetinu relace a diváci u televizních obrazovek slyší jejich hlas přibližně polovinu zpravodajského programu. I z tohoto důvodu jsou moderátoři v domácnostech známější než reportéři. Mají tendenci přilnout k televizní stanici déle a dosáhnout určité popularity. Musejí být ale zkušení v práci s kamerou i technikou. (Cunha, online)

Komerční televize si velmi zakládají na výběru moderátora. Nejde tak tedy ani o to, o čem pořad bude či jaké informace v něm budou předneseny, ale spíše o to, kdo se na obrazovkách objeví a jak moc oblíbená postava moderátora je. Podle Vágnera se tento syndrom „veřejné intimity“ vypracoval na neobvyklý stupeň. Není ovšem divu. Moderátory diváci vídají každý den, dostávají se do blízkého kontaktu s celým národem,

² Barnas definuje moderátory ve své publikaci jako „newsreaders“, tedy čtenáře zpráv. (BARNAS, Frank. Broadcast News: Writing, reporting and producing. 6. vydání. New York and London: Focal Press, 2013. ISBN 978-0-240-82465-9.)

³ Pozn. autorky – profesní praktiky se liší u konkrétního média.

⁴ ON – živý vstup, OFF – práce mimo vysílací čas.

který je často pokládá za prvek své existence. „*Tvář a hlas jsou polovičním společenským stykem – moderátory tak vlastně vpouštíme do našich životů, aniž by nás oni vpouštěli do svých.*“ (Vágner, 1997, s.53)

3.3 Moderátoři ve studiu

Moderátor je jedním z nejdůležitějších aktérů v procesu výroby zpravodajství. Zangana uvádí moderátora jako osobu propojující živé události a moderaci zpráv. Mluví o hierarchii poskytovatelů informací, kdy je moderátor sedící za stolem ve studiu vedoucím relace. Dochází k dojmu, že má pod kontrolou příběhy a poskytuje prostor reportérům a zpravodajům, které je prezentují. Jeho rolí je také prezentovat zprávy jako objektivní pravdu, která je založená na selském rozumu a působí zároveň neutrálně. Moderátor má ve studiu kontakt s lidskými zdroji, ale i s technickým vybavením. Zangana zde také argumentuje, že vztahy mezi zpravodajským týmem jsou velmi důležité, především vztahy mezi týmem zpravodajů, režisérem, kameramany aj. se považují za základní jednotku úspěchu programu. Stejná situace platí i pro technické aspekty vysílání, které jsou korigovány jako součást procesu zpravodajské výroby. Například se jedná o čtecí zařízení, odposlechový systém, mikrofon nebo satelitní vozy (SNG).

Tyto všechny aspekty tvoří souvislosti ve výrobě zpráv. Také to jsou další nástroje, které moderátoři využívají. Jsou to například videohovory, hosté ve studiu, kteří jsou pozváni k určité tématice, přímé přenosy z míst nebo rozhovory s respondenty v místě události. Musí ovládat technické nástroje, ale i stresové situace, například právě při živých vstupech do studia, při nichž musí hosta uvést, ale i na něj reagovat. Technologie se tak stává nepostradatelnou součástí života moderátora televizního zpravodajství. (Zangana, 2017, s.61-2)

3.4 Interpersonální diskurz zpravodajství

Dva američtí psychiatři Horton a Wohl se v roce 1956 ve své studii „Psychiatry“ zabývali možností ustálit interaktivní rozměr v televizní komunikaci. Uvedli, že jednou z výstižných charakteristik masových médií, tedy jak televize, ale i rozhlasu a filmů, je dávat iluzi osobnímu vztahu (tváří v tvář) s účinkujícím. Podmínky reakce na interpreta jsou analogické v primární skupině. Často herec či jiný účinkující čelí divákovi, mluví adresně, mluví jako kdyby konverzovali osobně a v soukromí. To Horton s Wohlem nazývají para-sociální interakce, která je jednostranná a nedialektická, ovládaná interpretem, který

nepodléhá společnému vývoji událostí. (Mancini, 1988)

Dále Mancini v jeho textu pracuje s hypotézou simulované interakce v televizním zpravodajství. Ve většině případů moderátoři mluví na kameru a cílí jejich diskurz na imaginárního posluchače. Vytváří se tedy simulovaný vztah mezi mluvčím a divákem. Simulované prostředí tohoto vztahu s sebou nese specifické rozdíly interakcí z denního života. Především je zde absence jednání. A je to právě televizní moderátor, který udává (včetně technických a programových limitů) modalitu, pravidla a podobu interakce. Je to pouze jednostranná záležitost, kterou moderátor předkládá. Divák prakticky nemá šanci zasáhnout nebo kontrolovat vývoj komunikace. Stejná situace nastává i v případech, kdy nastane nějaká technická chyba, například chyba reportáže, nespuštění reportáže, zakašláání moderátora, špatná výslovnost jména apod. Nicméně moderátor se za chybu omluví, případně ji napraví a bez vyjádření sledujícího diváka pokračuje ve vysílání dále.

Televizní zprávy jsou bohaté na vyjádření. Například lze vidět záznamy z tiskové konference, komentáře osob apod., které slouží k organizaci zpráv, dává do souvislosti zprávu jako celek a dává prostor několika různým „vypravěčům“. Poskytne také hlubší kontext uvedených částí a úryvků a v neposlední řadě vyjádří přesnou roli různých moderátorů ke vztahu k jiným novinářům, k organizacím nebo ve vztahu k publiku. Pro centrální postavu v televizním zpravodajství jsou tyto projevy moderátora výsadními. Skrze tyto „závorky organizace“ jsou izolovány různé formáty televizní zpravodajské služby, jako je interview, komentáře apod. Po analyzování těchto závorek je možné zvolit si z různých způsobů organizace zpravodajské služby a korespondující rozdíly prezentace a žurnalistické profesionality. Autor uvedl příklad chování moderátora, který má v televizi jako hlavní postava výsadní postavení v dramatinaci zpráv. To je ovlivňováno vytvořením „hvězdného“ systému. Tedy, že moderátor je hvězda televize a její vedení je odkázáno na důvěře, kterou v moderátora mají. Základním faktorem této důvěry je právě toto výsadní postavení, které moderátor hraje ve struktuře zpráv. Je to důležitá role, jsou kontrolovány jeho pohyby, okamžiky, kdy se objeví na obrazovkách... Moderátor nejenom uvádí ostatní reportéry, ale také dělá závěry reportáží nebo ukazuje své faktické znalosti.

Podle studie Hallina a Manciniho a jejich teorií médií z roku 1985 je v americké televizi role moderátora spíše autoritativní a s publikem se nesnaží komunikovat, zatímco italský moderátor reaguje s publikem a často je vybízí ztotožnit se s jeho rolí. Používá fáze jako: „pojdme se společně podívat“, „ted' vám ukážeme“, „divák se může rozhodnout“, zkrátka

publikum je vyzváno k participaci. Autoritářská role je od publika oddělena, což podporuje moderátorovu autoritu. Má tu moc, že zná všechna fakta – uvádí a spojuje reportáže, stejně jako rozhoduje o tom, kdy se jaký reportér objeví.

Moderátor hraje sociální roli, současně předpokládá konkrétní sociální roli pro diváka, přičemž oba jsou vloženi do určených sociálních kontextů. Způsoby televizní komunikace, stejně jako interpersonální diskurs, jsou součástí sociálních struktur, které tyto typy komunikace mají tendenci opakovat. (Mancini, 1988)

V návaznosti na Hortona a Wohla se Gurgel zabývá dvěma typy produktů, tedy moderátorů, a to „pracovník“ a „celebrita“. V současné době se celebrity využívají k rafinované pozornosti kolem pořadu, manipulaci médií a „self-promotion“. Zatímco pracovník nebo uchazeč musí roli hrát s velkou podporou, rozhodnutí, zda využít herce či známou osobnost, je založena na jeho kvalitách a schopnostech, a především na tom, zda je celebrita dostatečně silná zvládnout a přitáhnout pozornost. (Gurgel, 2016, s.19)

3.5 Moderátor vs. divák

Moderátoři jsou spojovacím elementem mezi diváky stanice a konkrétní relací. Jsou jakousi rozeznávací značkou, přes kterou se informační tok událostí může divákům stát srozumitelným, zároveň je podporují udržovat se ve střehu a vnímat vyznění zpráv s určitou odměřeností.

Důležitým faktorem u moderátora televizního zpravodajství je jeho veřejné vystupování. Nejenom tedy jeho visáž a hlasový projev, srozumitelná by měla být i gestikulace, zároveň má oplývat určitou energií a sebejistotou ve vystupování a v celkovém projevu. Důležitá je i profesionalita – uspořádání myšlenek, improvizací schopnosti, ale také logické uvažování v nastolování zpráv – a věrohodnost, která je pro jeho zaměstnání podstatná. Pro správné zaujetí publika by jeho projev měl být souvislý a nestrojený. Jeho úloha se dá shrnout do pojmu „průvodce“, kterou moderátor zaujímá napříč pořadem. Drží dějovou linii pořadu, která se opírá o jeho prezenční a komunikační dovednosti. (Vágner, 1997, s.106-108)

Jak Vágner dále zmiňuje, další schopností moderátora by mělo být vcítění se do emocí publika. Tedy „smát se, rozčilovat i plakat.“ McQuail popisuje trend ze 70. let, a to „happy news“, jehož struktura je sestavena na principu humorně komického moderátora, který je zároveň i pohledný a sympatický. Ovšem ne pro každý typ zpravodajství tato

charakteristika sedí, jedná se pouze typy pojetí moderátorské role. (McQuail, 2009, s.299)

Veřejnoprávní televize si zakládají na tom, aby moderátoři a redaktoři ve zpravodajských i publicistických pořadech se chovali tak, „*aby divák nemohl rozpoznat, jaký mají na věc, o níž informují, názor*“, jak uvádí Kodex České televize. (Kodex ČT, 2020)

3.6 Moderátorské dvojice

Fenomén moderátorských dvojic používá mnoho televizních stanic. V nejčastějším případě se jedná o dvojice smíšené. Přitom již na počátku se ale spekulovalo, zda je to krok správným směrem. Moderátorská pozice vždy patřila mužům, přidání ženy vzbudilo mnoho otázek. Je to vždy zkouška manažerských rozhodnutí, zda je publikum schopné a schůdné nové zavedené techniky akceptovat. Walter Cronkite vládl moderátorskému křeslu v televizi CBS mezi lety 1962 a 1981, kdy odešel do důchodu. Síla, loajalita a důvěra v tohoto vysílacího giganta zůstane americkému publiku zřejmě nepřekonána. Proto při zavedení nového trendu moderátorských dvojic činy televize patřičně okomentoval. Podle jeho názoru dvojice moderátorů je velmi slabý nápad, je zde ztracený čas v přidělování zpráv jednomu nebo druhému, komplikace přidělování skript apod. Jak ve své knize Marlanová uvádí, pokládal to za směšnou myšlenku, za šoubyznysový trik, jak zlákat diváky. Obával se, že ženy budou v „zneužitý“ jako symbol krásy pro zpravodajství více než za jejich reportérské a hlasatelské schopnosti. Poukazoval také na to, že čím více zapojených osob, například pro sportovní zpravodajství či počasí, může se ze zpravodajství stát více než komunikace informací vaudeville show⁵. (Marlane, 1999, s.85)

3.7 Osobnost moderátora

Jednotliví žurnalisté mohou vyznění sdělení výrazně „ovlivnit“. Především díky personálním charakteristikám a jejich osobním „názorům, představám a hodnotám“. Ačkoli žurnalisté dodržují „etická“ nařízení a standardy mediální společnosti, vynechat vlastní „*představy o tom, co je důležité, co je správné a co nikoliv*“, je těžké. Proto i tyto faktory mohou mít na zpracování reportáží vliv. „*Kromě úrovně vzdělání, osobních postojů a hodnot redaktorů se může stávat faktorem ovlivňujícím podobu zpráv také redaktorovo vnímání koncepce vlastní role, jeho politické postoje a náboženské vyznání.*“ Jedna z podob chápání „role“ může být nestranný poskytovatel poznatků a zpráv, zatímco druhé odlišné chápání je stylizace do „*obránce sociálně slabších*“. (Trampota, 2006, s.50)

⁵ Vaudeville show představuje zábavný program, nejčastěji varieté.

McQuail ve své publikaci uvádí dvojí cestu mediálních institucí a jejich působení na osobnost moderátora. „*V jedné je role organizace potlačena nebo zakryta osobními charakteristikami, ve druhé naopak právě moc a postavení v organizaci dovolují individuálními komunikátorovi ve veřejné komunikaci vyjadřovat osobní přesvědčení a hodnoty.*“ (2009, s.229) McQuail dále uvádí, že se role „novinářských hvězd“ velmi liší od jiných „obyčejných profesí“. V roce 1986 Lichter a Rothman zkoumali vzorek dvou set „pracovníků elitních amerických médií“, který je zobrazuje jako majetné a „demograficky nereprezentativní“ i z toho důvodu, že se jedná o „více mužů, více bílých a méně osob nakloněných náboženskému přesvědčení“. Jiný názor je ten, že lidé, kteří jsou na vrcholu procesu „masové komunikace“, žijí v identických „společenských“ třídách stejně jako lidé, kteří řídí ekonomické a politické procesy. (McQuail, 2009, s.230)

McQuail pracuje s některými výzkumy, které se zabývaly především sociálním pozadím moderátora. „*Je to povolání střední třídy, ale méně profesionalizované a hůře placené než jiné zavedené profese.*“ Srovnává jej s medicínským či právnickým sektorem. Toto „středostavovské“ zařazení povolání zpravodajských pracovníků má tak zajistit „maximální“ oddanost nastolenému „systému“ a tedy souznění s vládní „ideologií“. Často se v jejich jednání odráží tzv. „mateřské hodnoty“, mezi něž se řadí „podpora rodiny, nostalgie po maloměstské idyle“. K dalším jejich charakteristikám patří „egocentrismus, individualismus, podpora demokratů“, zastávají postoj „odpovědného kapitalismu, umírněnosti, společenského řádu a pevné ruky.“ Sociolog Gans popisuje novináře jako „bezpečného, ale nikoli reakčního“. (McQuail, 2009, s.230-1)

V masové mediální komunikaci je moderátorovi přisuzována role reprezentační, a to dané vysílací stanice, ve které je jeho stěžejní funkcí komunikace s publikem. Moderátor často tedy disponuje komunikačním nadáním, dokáže svoje vyjadřovací schopnosti adaptovat dané situaci, aby reflektovala očekávání potenciálního příjemce. Zároveň se stává významným komunikačním, informačním a zábavním činitelem, který je středem divácké pozornosti. Jeho individuální charakteristiky, organizace, specializace, kulturní začlenění nebo pozice na trhu ovlivňují úmysly, kterých chce docílit. I přesto, že televizní společnosti nabízejí podobné formáty pořadů – zpravodajství, zábavní programy, televizní průvodce aj. – jsou zde patrné odlišnosti. Moderátoři těchto pořadů se liší úrovní jejich nadání, „temperamentu, vzdělání, přístupu k profesu, ale i vyznávaným hodnotám nebo zájmům apod.“ Role uvaděče se může přeměnit na „symbol“ pořadu. Který ale podléhá

řízeným krokům a nárokům dané mediální společnosti. (Buček, 2013, s.40-1)

Moderátoři, kteří se stali nepostradatelnými v dané televizi, si vybudovali určitou důvěru a pozici. Svými názory, kvalitami a smýšlením mohou ovlivnit obsah pořadu, který ovlivňují nejen svými dovednostmi, ale také dalšími faktory, jako jsou „*vzbudit zájem a udržet pozornost, předpokládat styl diváka, mluvit jasně a výstižně, být obezřetný co se týče informací, umět se „na obrazovkách“ tvářit, prostorově se orientovat a pohybovat*“. (Buček, 2013, s.41-2) Důvěryhodnost moderátora klesá se snižující se plynulostí řeči. Pokud je zpráva řečena nahlas a hlubokým hlasem, má to spíše pozitivní dopad. Po shrnutí lze říci, že moderátor bude vnímán více pozitivně s vyšší kvalifikací, měl by být spolehlivý, čilý, klidný, a dobrácký. (Weigel, 2008, s.470)

3.8 Vzhled a image

Název „image“ se nachází ve slovníkách marketingové komunikace, nicméně své zastoupení má i v mediích. „*Image je soubor názorů, myšlenek a dojmů, které si člověk o firmě/organizaci nebo výrobku vytvoří na základě osobních zkušeností, vlivu marketingových komunikací apod.*“ „Image“ je ideou, jenž člověk získává o konkrétní společnosti nebo produktu, patří ke klíčovým prostředkům „managementu“. (Jurášková, 2012, s.91-2) Mezi jednotky, které ovlivňují image společnosti, se řadí přímo zaměstnanci, které dobré povědomí o jejich zaměstnavatelích dostávají „*do jejich sociálních skupin*“. (Jurášková, 2012, s.45)

Vyjma toho, aby moderátoři uměli dobře a srozumitelně mluvit, musí také dobře vypadat a působit dobrým estetickým dojmem. Úspěšný projev se skládá z „*25 % verbálního projevu, 25 % image a 50 % neverbální komunikace*“. Tvář je důležitým rysem moderátora pro ty, kterými jsou najímáni. Manažeři televizních společností stále vyhledávají příjemné obličejy bez ohledu na rasu nebo pohlaví. Na obrazovkách jsou viděni moderátoři s brýlemi či vráskami, nejsou ale už postaveni na vedlejší kolej, jako tomu bylo dříve, uvádí Barnas ve své publikaci popisující zážitky z americké komerční televize ABC. (Barnas, 2013, s.304)

Američtí moderátoři televizního zpravodajství se už od 70. let stávali celebritami – „*žurnalistickým ekvivalentem rockových hvězd*“. Stali se více efektivními ve spojení s publikem televize. Gugel uvádí, že namísto toho, aby televize předávala americkým občanům informace, co se děje ve světě, politikové, vysocí činitelé korporací a jejich

„poskoci“ se snaží zpravodajský obsah přeměnit na přehlídku akcí, ať už seriózních nebo nikoli, a masovou zábavu. (Gugel, 2016, s.9-10)

3.9 Komunikace

Pro komunikaci v médiích je charakteristická funkce „výměny informací“. Původ slova v latině má význam – „*radit se s někým, dorozumívat se, také styk, spojení a souvislost*“. Jedná se o „*proces přenosu a výměny informací v jakékoliv formě, realizovaný mezi lidmi a projevující se nějakým účinkem*“. Také o sdělení myšlenek mezi participanty komunikačního procesu pomocí „slov (mluvením)“. Dále se jedná o „sociální interakci“, „*intepretace myšlenek, názorů a pocitů mezi dvěma nebo více jedinci*“ apod.

Komunikace se člení z hlediska „komunikačních prostředků“ na tři druhy, a to „verbální“, což popisujeme jako slovní komunikace a mluva, „neverbální“, tedy komunikace bez užití slov, prostřednictvím těla, gest a smyslů, a „realizovanou činy a skutky“. (Vymětal, 2008, s.22-23)

Proces komunikace s sebou nese záměr finálního jednání, jako je „výměna informací“, která je charakteristická změněným stavem „*informovanosti*“ u členů komunikace, „*socializace, uspokojení individuálních potřeb znalostí, projev seberealizace, uznání, úcty, sounáležitosti, bezpečí*“ aj. Dále „*ovlivňování*“ jednání publika, tedy formování „*pocitů a psychického stavu*“ souboru osob, vedení, vývoj skupiny a „*sociálních vztahů*“ i její jednoty, „*zlepšení*“ společenské atmosféry mezi lidmi určitého uskupení. A dalším záměrem je „*ovlivňování mezilidských vztahů mezi jedinci i k vlastní osobě*“, zejména se jedná o projev „*sympatií nebo antipatií*“, vyjádření „*společenské situace*“ a angažovanost na správném chodu společnosti, dorozumívání se mezi jinými společnostmi a záměr dlouhověkosti jazyka a kulturní tradice.

Dále je to „*funkce komunikace*“, která se dělí na: „*informativní, poznávací, instruktivní, vzdělávací a výchovná, osobní identity, socializační a společensky integrující, přesvědčovací, posilující a motivující, zábavná, svěřovací, úniková.*“ (Vymětal, 2008, s.24)

Stěžejní pro tuto kapitolu je neverbální komunikace. Lze ji také označit za „řeč těla“, která zahrnuje „*pohyb člověka, jeho gesta, miminku, činnost očí, dotyky, zaujímání vzdálenosti*“ aj. Jak Vymětal ve své publikace uvádí, charakteristické pro člověka je i to, že „mluví, i když mlčí.“ Spolu s předešlým tvrzením neverbální komunikace zohledňuje i „*celková image mluvčího, jeho oblečení, volba a vybavení místa komunikace*“. Jedná se o tzv.

„*profesionální image*“. Vymětal dále uvádí, že „*úspěšná komunikace*“ se skládá „z 55 % na řeči těla, z 38 % na hlasovém kontextu a pouze ze 7 % na obsahu verbálního projevu.“ (Vymětal, 2008, s.54)

Oproti slovesné a verbální komunikaci umožňuje neverbálnímu projevu pracovat s následujícími faktory. Jsou jimi „*opakování a zesílení verbálního sdělení, odporování, reagování na verbální sdělení, důraz nebo doplnění, regulace, vyjadřování emocí a tvoření domu o sobě, tedy profesionální image*“. „*Řeč těla*“ lze interpretovat mnoha postupy, které vyjadřování těla popisuje. Jsou jimi „*kinezika, gestika, mimika, vizika, haptika, proxemika a posturologie*“. Přičemž nejdůležitější na lidském těle je „*hlava a obličej*“. To je zejména proto, že je velká pozornost věnována právě této části těla, díky níž může být zkreslena percepce neverbálních „*signálů*“. Dále to jsou „*pohyby rukou a paží*“ a následuje postoj těla. (Vymětal, 2008, s.55-6)

Gestika se vyznačuje gesty, tedy „*pohyby prstů, rukou, nohou a hlavy*“, jenž doplňují verbální stránku řečnického aktu, ať už „*uvědoměle či automatizovaně*“. Rozlišují se gesta „*ilustrativní*“, která doprovází a „*dokresluje*“ slovesný projev, dále „*regulační*“, kterými je „*upozorňováno*“ na nějaký objekt či osobu, případně „*ukazováno*“ a různými gesty také „*informováno*“ (například vyzývat k tichosti, varovat, kývání hlavy). Další gesta jsou „*znaková*“, která již přímo zobrazují konkrétní význam (například „*zvednutý palec nahoru – je to výborné, palec dolů – je to špatné, poklepání si na spánek, které znázorňuje nízké IG*“). (Vymětal, 2008, s.58-9)

Významná je i mimika, která odhaluje nitro člověka a jeho psychiku, zároveň také vyjadřuje emoce. Pro rozeznání emocí napovídají jednotlivé části obličeje. Odhalují „*strach – oči, štěstí – nos, tváře, ústa, obočí, smutek – oči, obočí, čelo, překvapení – čelo, jakákoliv oblast tváře, zklamání – nos, tváře, ústa, zlost – čelo, obočí*“ atp. V neverbální komunikaci je několik základních signálů. Jsou jimi „*úsměv*“, který zaručuje přátelské prostředí, odbourává nepochopení, omyly a jiné překážky komunikace. (Vymětal, 2008, s.62)

Posturologie, neboli „*posturika*“, zkoumá celistvé „*držení těla*“, kterým se dá určit i „*emoční stav, postoj k partnerovi a k jeho sdělení*“. Lze diferenciovat „*držení těla – rovné, vzpřímené, ochablé, shrbené, sebejisté..., držení hlavy – přirozené, arogantní, hrdé, ztuhlé..., postoj – pevný, jistý, neklidný, houpavý nestálý, uvolněný, nedbalý..., různé způsoby posedu*“ aj. (Vymětal, 2008, s.70)

V komunikaci lze pocítit rozdíly dané základním měřítkem, a to pohlavím. Není to pouze fyzická stránka, ale také emoční a rozdílná „mozková činnost“, která pro ženy a muže odlišuje vnímání sdělení a celý proces komunikace. (Vymětal, 2008, s.39)

3.10 Jazyk a rétorika

Rétorika zaujímá důležité postavení už od dob Aristotela (385–323 př. Kr.) a Kvintiliána (35–100 n. l.), kteří shromáždili základy tohoto oboru ve spisech „Rétorika“ a „Základy rétoriky“. Jako um vyjadřování se „dobře“ rétorika staví vedle „gramatiky, jak se vyjadřovat správně“ a „dialektiky, uměním správně myslet“. (Kraus, 2010, s.7) Vůči publiku a předmětu projevu je rétorika „schopností vyjadřovat se přiměřeně, srozumitelně, působivě a kultivovaně“. (Kraus, 2010, s.11) Kraus kromě „přiměřenosti“ mluví také o „působivosti“, jež vyjadřuje tzv. „decorum (z lat. co má být, co se sluší)“. „To je respektování osobitých rysů všech rozhodujících složek sdělování – řečníka, auditoria, tématu, prostředí, času. ... zahrnuje hodnoty etické i estetické.“ Cicero hlásal, že základním faktorem je odhadnout, co je vhodné říct a co není. Na českém území to byl „zakladatel české funkční stylistiky Vilém Mathesius“, který tyto dovednosti shrnul pod dnes významově stejný název „gentleman“. (Kraus, 2010, s.13)

„Umění přesvědčovat“, kterým rétoriku taktéž lze nazvat, stojí na hranici významu „přesvědčování a přemlouvání“, které lze vysvětlit podobnými výrazy, jako jsou „ovlivňovat a získávat“, záporný význam slova může být „manipulovat“. „Jazykové projevy“ se podle pouček již z antiky mohly dělit do několika skupin především dle jejich „funkcí“. „Intelektuální a racionální“ rétorika měla zejména funkci „informovat, poučovat a zdůvodňovat“, „emocionální“ dělení se vyznačuje úkolem „získávat, bavit, pohnout (ke změně postoje), dojmout, popichovat nebo vybičovávat nálady autora“. (Kraus, 2010, s.15)

Rétorika má zejména dvě kategorie, jsou jimi „jazykově stylistická a argumentační“. Ve dvacátém století dochází k propojování oborů a znalosti z řečnictví tak čerpají i vědy jako „filozofie, metodologie vědy, právní věda, literární věda, jazykověda, sémiotika, teorie komunikace, vědy o médiích i politologie“. (Kraus, 2010, s.19)

Řečnická „argumentace“ pracuje na jedné straně s uvažováním, na druhé straně ovlivňuje i vystupování člověka, jeho chování i postoje. Z toho důvodu svůj vliv mají „vžité hodnoty, normy, city, morálka, tradice, osobnost řečníka, předpokládané nebo skutečné vlastnosti publika“ vyskytující se a použité v argumentech. Tento žánr předpokládá vzájemnou

konverzaci, tedy „dialog“, ačkoli má „argumentace“ významnou roli i v rámci „individuálního myšlení, který předchází jakýkoli argumentační akt předchází, nebo ho doprovází“. Oblast rétoriky, která se více věnuje „teorii argumentace“ se nazývá „*neformální logika, kritické myšlení, všednodenní komunikace, argumentační omyl apod.*“ (Kraus, 2010, s.37)

Masová média pracují s „přizpůsobením obsahu a stylizace“ mluvy určitému publiku, nachází různé typy kategorií „čtenářů a posluchačů“, uznává jejich individualitu a jedinečnost. Což nepredikuje zánik „masového publika“, nýbrž rozeznání spoustu rozdílných „sociálních skupin s různými vlastnostmi, zájmy, vzděláním i zkušenostmi“. (Kraus, 2010, s.56)

Základní fáze při tvorbě rétorického vystoupení je „*volba a uspořádání jednotlivých slov a jejich spojení, tj. sousloví, věty, nadvětné útvary*“. Hlavním záměrem je použít taková slovní spojení, které budou adekvátně odpovídat „sdělovanému obsahu“. Kraus čerpá poznatky z antiky, kdy mluví o splnění „*čtyř základních předností řeči, řečových ctností – gramatické správnosti, slohové jasnosti, ozdobnosti, spočívající v uplatnění obrazných jazykových prostředků, tj. tropů a figur, a konečně přiměřenosti řeči (patřičnosti) vzhledem k tématu a předpokládanému auditoriu*“. Projev by měl splňovat vlastnosti – „správnosti, jasnosti, ozdobnosti a vhodnosti“. Na druhou stranu je protikladem těchto předpokladů „*nejasnost, významová víceznačnost, nadměrná stručnost nebo rozvláčnost*“. (Kraus, 2010, s.84-5)

Pro podpoření zájmu publika je důležité pracovat s „uspořádáním řeči“ nebo tzv. „dispozicí“. Záměrem je poskytnutí celistvosti objektivních dílů „řečového projevu“ a upoutání pozornosti publika nebo pracovat s prvky znamenající „napětí a očekávání“. Tyto díly lze na základě autorova záměru sestavit do příběhu „přirozeně nebo uměle“. Kraus, 2010, s.81)

Další důležitou částí řečnického vystoupení je jeho „podání“, což znamená jak „hlasovou“ tak „gestickou“ stránku. S „gestikou“ je propojená i „výraz tváře, mimika, postavení a pohyb těla, posturika, a ... proxemika“. Do projevu se započítává i prostředí „rétorického přednesu“, které může být významným prvkem při ovlivnění diváka emočně i rozumově. „Přednes“ je posuzován podle několika pojetí. Jsou jimi „ortoepické“ pojetí, což znamená způsob „správné výslovnosti“, tedy „kultivované a spisovné“, dále „genderové“, kulturně odlišné pojetí proslovu mezi pohlavím ženským a mužským, ale homosexuály. Dalším

východiskem je technické zázemí, například v televizi, a v dorozumívání mezi lidmi a „stroji“. (Kraus, 2010, s.92)

Volnost autora při tvorbě textu se objevuje především ve stavbě a stylu, ve kterém je napsán a jaké jazykové prostředky jsou použity. Hranice volnosti určuje záměr autora, druh a použití zprávy, například zda je zpráva psaná či mluvená, zda je vedena jako monolog nebo dialog, zda je soukromá nebo veřejná a podobně. „*Významy sdělovaných obsahů se od sebe, pokud jde o styl i účinek sdělení na příjemce, odlišují, šíří-li se bezprostředním stykem několika lidí, rozhlasem, televizí, po internetu nebo v podobě zpráv SMS.*“ (Kraus, 2010, s.116) Dále se určují „funkční styly“, podle kterých se recipient sdělení pomocí „stylových norem“ a také jeho zkušeností přizpůsobuje dané „komunikaci“. Lze rozlišit „styly běžně dorozumívací, s převažující funkcí kontaktovou“, které lze pokládat především za styl „konzervační“. „*Styly věcné, s převažující funkcí sdělování pracovního a odborného*“, jenž jsou využívány na pracovištích, ve vědeckých laboratořích a během dalších technických instruktážích, a „*styly umělecké, s převažující funkcí estetickou*“. Velmi bohatou skupinu tvoří „styl veřejných médií“ sloužící k poskytování informací, ale také jejich „získávání“, který se nazývá také styl „publicistický“ či „publicisticko-zpravodajský“. Na tuto skupinu navazuje i „styl řečnický“, s rozvojem digitalizace se uskupují styly „elektronických médií“, ba také „reklamy“. (Kraus, 2010, s.118-121)

Moderátor by měl být nositelem jazykové autority. Jako představitel státní instituce, jak autorka píše v kapitolách výše, má značný vliv na společnost, proto je nanejvýš důležité oplývat vytríbenou rétorikou, vyjadřovat se dobře a hovořit spisovným jazykem.

I když většina národa v domácnostech mluví nespisovným jazykem, v případě jeho využívání ve vysílání se může celý moderátorský projev stát nikoli přirozeným pro publikum, ale nezřetelný, a může působit neuctivě k sledujícím divákům. „Bylo by to totéž, jako kdybychom tvrdili, že televizní moderátoři a moderátorky by se měli na obrazovce objevovat v domácím nebo pracovním oblečení, protože právě to přece má statisticky prokazatelná většina diváků na sobě.“ (Kraus, 2010, s.136-7)

3.11 Mediální dialogy

Funkce moderátora v „mediálních dialogích“ je řídicí. Určuje, který z hostů bude mluvit jako první, udává rytmus a tempo dialogu, tedy jak „stručně nebo rozvinutě, krátce nebo dlouze budou hosté odpovídat“, kontroluje, jestli jsou odpovědi „jasné a srozumitelné“.

Čmejrková připisuje důležitou roli publiku, kvůli kterému se host dialogu například v televizní relaci „pouštějí s moderátorem do souboje“. Motivuje ho zachování svého postavení, své „image“ a přesvědčivosti. Čmejrková tento jev nazývá „orientace na adresáta“, tedy ne pouze na druhého účastníka dialogu. „Hosté usilují o vytvoření a zachování určitého obrazu sebe sama.“ (Čmejrková, 2013, s.9-10)

Na dialog, se kterým je možné se setkat ve zpravodajství, se váže i rozbor jazyka a „mluvené komunikace“. Ta je rozdílná od tzv. „řeči psané“, a to její „*situační podmíněnosti, reaktivnosti, okamžitosti, nepředvídatelnosti dalšího průběhu, ... bezprostřednosti, nepřipravenosti, útržkovitosti*“. Hlavními důvody jsou především „*časový tlak, pod nímž člověk často hovoří, nemožnost čas pozdržet, svůj projev si dobře rozmyslet a naplánovat jeho průběh, vrátit se zpět a výpověď urovnat, uhladit, doplnit... apod.*“ Čmejrková také udává další důvod, kterým je „sociální tlak“, tedy výskyt dalších „mluvčích“ a „dialogického partnera“, jenž výpověď usměrňuje, ať už tázáním či verbální nebo neverbální komunikací, nebo naopak mlčením, „ironizací“ a „zesměšňováním“, čímž ji podává svému vlivu. „Dialog“ se vždy stává unikátním zážitkem, jenž je také kolizí dvou a více osobností. (Čmejrková, 2013, s.11-12)

Jak už výše autorka citovala Krause a jeho členění „funkčních stylů“, i Čmejrková se zabývá tímto tématem. Uvádí styl „hovorový“ jako běžný projev „ústní komunikace“ při střetnutí „tváří v tvář“. Tento styl lze nazvat také „styl prostě sdělovací (případně styl běžně dorozumivací)“, avšak vytyčení tohoto stylu není jednoduché, a to díky vícero faktorům, které jej mohou ovlivnit. Jako například typ „setkání“ u různých událostí, různá témata a rozličné schopnosti projevu osob zúčastněných v komunikačním aktu. (Čmejrková, 2013, s.17)

„Mediální dialogy“ lze rozdělit podle jejich rysů rozřadit do následujících kategorií. První z nich je „institucionální dialog“, jehož aktéři jsou moderátoři za danou mediální společnost. „*Volné chvíle mezi uváděním pravidelné agendy těchto relací moderátoři vyplňují vzájemnou konverzací nebo konverzací s moderátory aktuálních zpráv, zpráv z kultury, sportu a zpráv o počasí.*“ Čmejrková považuje tento typ dialogu jako „konverzační výplň“ a místy za „blábolivý“, což bylo charakteristické pro komerční společnosti především v devadesátých letech. Postupně se ale na tento způsob nastavila i televize veřejné služby, moderátoři jsou více „*uvolněnější, bezprostřednější a někdy i upovídanejší.*“ Rozhovory se zde vytváří „spontánně“ při vývoji relace. Může se stát, že

během těchto momentů v přímém přenosu prozradí moderátor více než dovoluje míra racionality a profesionalizace, jedná se tak o projev „vzájemných přátelských vztahů, blízkého kontaktu, familiárnosti, chválení...“ (Čmejková, 2013, s.45, 71)

Tento typ dialogu lze označit také za „interview“, které lze dále dělit na „informativní rozhovor“, tedy jednoduché tázání moderátora například „odborníka“, který se vyjadřuje k dění či zprávě z různých odvětví. Dalším typem je „politický duel“, který má jednak „informativní“ charakter, lze v něm ale i najít snahu „pobavit“ publikum, tedy vyvolat „emocionální angažovanost“. (Čmejková, 2013, s.47, 57) Následující druhy rozhovorů už spíše nepatří do zpravodajství, jsou jimi „zábavné dialogy“ a „talk show“. (Čmejková, 2013, s.66-7)

Stěžejní model interview odpovídá „statickému“ řádu: „*moderátorův dotaz – odpověď (prvního hosta) – moderátorův dotaz – odpověď (druhého) hosta – moderátorův dotaz – odpověď (prvního) hosta atd.*“ Nicméně „moderované debaty“ v přímém přenosu bývají spíše „živější“ a pro sledující publikum více atraktivní. Role moderátorů se pak liší v jejich aktivitě zasahování a „přerušování“ do diskuse a řízení jejich reakcí. (Čmejková, 2013, s.206-7)

Mediální instituce se starají o „dodržování norem“ dialogů. Odlišnosti lze najít mezi institucemi „veřejnoprávními a soukromými“. Televize veřejné služby se řídí „směrnicemi“, jak se vyjadřovat, jakou formou jazyka mluvit, což platí především pro „zpravodajství“. Plnění „směrnic“ je potom „kontrolováno a hodnoceno“. A to nejenom profesionály, ale i širokou veřejností. Prvky, které se zkoumají, jsou především „spisovný a nespisovný jazyk“, jejichž používání odpovídá „spontánním nepřipraveným dialogům“. (Čmejková, 2013, s.231)

3.12 Gender

Kromě samotných genderových studií, které zkoumají gender z jeho teoretického hlediska podle jeho dělení, se o téma genderu zajímají především mediální studia, která se na povolání v médiích v „oblasti mediální produkce“ dívají skrze získané zkušenosti v souvislostech s „charakterem mediální produkce, mediálními obsahy a příjemci těchto obsahů,“ které nabízejí teoretickou reflexi těchto oblastí. (Vochočová, 2019, s. 13)

Již z výzkumu Weavera a Wilhoita (1971) lze vyčíst vyšší podíl žen v amerických médiích („z 20 na 34 procent“). Nicméně výskyt žen v médiích byl i přesto stále nízký, stejně tak

jako jejich „nízké pracovní postavení“ a „stereotypní“ pohled na ženské pohlaví. Přičemž byla mezi „mužskými“ společnostmi viditelně posílena teorie změny „mediálního obsahu“ s větším podílem žen. Tato teorie nicméně nebyla dostatečně potvrzena. Přesto zůstává důležitým předpokladem „rovnoprávného“ zpravodajství zvyšování počtu žen ve „vysokých postaveních v mediálních organizacích.“ Například v BBC už v roce 1993 se tak úloha ženského pohlaví v „producentských (rozhodovacích)“ postaveních zvyšuje. (McQuail, 2009, s.230-3)

V dnešní době se ženy na zpravodajství podílejí znatelně více, jejich podíl ve srovnání s muži je podle globálních průzkumů („Global Media Monitoring Project“) téměř stejný, ženy moderátorky dominují s 53 %. Tento průlom nastal v polovině sedmdesátých let, kdy se statistiky začaly pomalu vyrovnávat a nyní je ve Švýcarsku, Německu a Rakousku zaměstnáno více moderátorek před muži než například ve Spojených státech. V Německu se na obrazovce ukázala první žena v roce 1971, což vyvolalo velké rozpaky. Kritiku pronášeli i někteří populární němečtí moderátoři, například Karl-Heinz Köpcke uvedl, že si neumí ženu „za čtecím zařízením“ představit bez toho, aniž by se rozplakala. Samy ale také ženy moderátorky byly kritické. Třeba Shirley Wershba, moderátorka zpráv v rozhlasu CBS měla pochybnosti, zda žena bude působit věrohodně a důvěryhodně. Z počátku spíše ne, ale čím víc se tento fakt stal pro všechny familiární, tím to bylo více přijatelné.

Ač se může zdát, že dnes si jsou ženy i muži ve vysílání rovni, stále tomu není tak. Moderátorky čelí více překážkám. Některé faktory moderátorské profese dávají velký důraz na fyzickou stránku moderátora, tedy vzhled. A právě na vzhledu se staví kariéra moderátorky, zatímco moderátor staví na profesních záležitostech. Také věk je velmi relevantní faktor. Pro ženy je mladický vzhled velmi zásadní. A zdá se, že je často důležitější než profesní zkušenost. Většina žen, které „na obrazovkách“ pracují, jsou ve věku do 34 let, zatímco kolem věku 50 let je to pouhých 7 %, a to celosvětově. Podle Weibelovy studie nejdůležitější zprávy dne stále ale zůstávají v roli mužů. Podle výzkumu z roku 2005, to byli z 88 % právě muži, kteří uváděli prestižní zprávy.

Dalším indikátorem „nerovnosti“ mezi oběma pohlavími je to, že vedoucí zpravodajství preferují před ženami muže. Usuzují, že divák více uvěří muži, jakožto moderátorovi, je pro ně více přesvědčivý, a tedy i lepší ve své práci. (Weigel, 2008, s.468-7)

Weigel ve své práci dále rozebírá vliv genderu na důvěryhodnost zpravodajství, čemuž se

podle něj nevěnuje taková pozornost, pouze na důvěryhodnost média jako takového. Po obě pohlaví je status a moc určující pro míru odbornosti a důvěryhodnosti spolu s dalšími faktory. V naší společnosti jsou ale tyto atributy pro ženy nevýhodou. Autor článku také polemizuje s tím, že jako reportéry vidíme častěji muže, což se váže ke zmiňované důvěryhodnosti. Výběr reportérů si také určují vedoucí zpravodajství, ale je zde předpoklad, že se mužského pohlaví důvěřuje v tomto směru více. Nicméně výzkumu tyto hypotézy přímo nepotvrdily.

Kromě genderu zde může hrát roli i věk moderátorů. Starší moderátoři mužského pohlaví byli vnímáni jako více důvěryhodní než starší ženy, zatímco mladší moderátorky byly posuzovány jako více důvěryhodnější oproti mladším moderátorům.

Samozřejmě na důvěře jako takové záleží i z hlediska prezentovaného obsahu. Ženám se přisuzují spíše jemnější příběhy veřejného zájmu, mužům „hard news“ a sport. (Weigel, 2008, s.469-472)

3.13 Gatekeeper

Kunczik (1995) uvádí dva typy žurnalistického povolání, jsou jimi „advokát“ a „gatekeeper“, tedy „dveřník“, kteří by měli pracovat v „*syntéze mez angažovaností a neutralitou*“, větší důraz by měl být ale kladen na funkci druhého zmiňovaného. (Kunczik, 1995, s.78)

Označení „gatekeeping“ vyjadřuje soubor postupů, na základě kterých se uskutečňuje selekce zpráv do zpravodajství. Tuto selektivní „bránu“ ovládá tzv. gatekeeper, který jednotlivé zprávy schvaluje a „propouští“ dál do oběhu zpravodajství či nikoliv. (McQuail, 2009, s.241)

Průběh zhodnocování „vhodnosti informací“ obsahuje čtyři kroky, které popsal R. M. Brown (1979). „Extrakce“ (selekce určitých sdělení a faktů z „informačního univerza“), „koncentrace“ (zúžení zvoleného „materiálu“ s ohledem na „čas, náklady, kapacitu komunikačního kanálu a podobně“), „pročištění“ (editace sdělení a odstranění komunikačních prvků „nežádoucího“, nadbytečného a nepodstatného charakteru a „konečná formulace“ slučující konkrétních faktů s dalšími podstatné pro následující chování. (Trampota, 2006, s.40)

Podle Shoemakerové se „gatekeeping“ vztahuje „každého komunikátora“, který participuje na kterémkoliv „komunikačním“ procesu, jenž s sebou „nese neustálý výběr, co bude

sděleno a co nikoliv.“ „Gatekeeping začíná v momentě, kdy se komunikační pracovník poprvé dozví o aktuálním či potenciálním sdělení, a končí v bodě, kdy je podmnožina těchto sdělení přenesena k příjemci. Brána je rozhodovací bod jak při cestě dovnitř, tak při cestě ven.“ (Trampota, 2006, s.41)

Na proces posuzování relevantnosti a propustnosti zprávy mají vliv různé činitele „od organizačního rámce činnosti gatekeepera přes profesní rutiny po nejrozličnější tlaky a zájmy“ dané společností.“ Součástí tohoto procesu není pouze jedna osoba, ale několik osob rozdílných hodnotí a hierarchického uspořádání ve společnosti. (Trampota, 2006, s.47)

4 Cíl práce

Televizní zpravodajství v České republice se zpravidla rozděluje dva typy – veřejnoprávní a komerční. Jelikož se ale oba typy přístupů ke zpravodajství vyvíjí a snaží se vytvářet program stále bližší pro diváky, jsou pozorovány proměny konceptů těchto pořadů. Mění se délky relace, studia, způsoby provázení pořadů moderátory, a i některé typy obsahu, jako je například vyšší míra publicistiky ve zpravodajství. Proměňuje se tedy i podíl infotainmentu v relaci. V hlavní roli ale stojí moderátor, který pořadem provází. Plní jednu z důležitých funkcí pro chod relace, ale i pro image pořadu jako takového. Moderátor má především informovat publikum o aktuálním dění, jeho hodnoty se ale mohou lišit vzhledem k typu televize. Primární rolí moderátora je informovat publikum o aktuálním dění, ale především zůstat objektivní a být neutrální, nezapojovat tedy do projevu vlastní emoce. Dále dohlížet na kontinuitu pořadu, uvádět a navazovat na reportáže a slouží jako prostředník v kontaktu s divákem. Často se ale nemusí jednat o vyškolené moderátory, ale o známé osobnosti. Mohou tak představovat určitý prvek v sebeprezentaci médií. Klíčové hodnoty jsou většinou aktuálnost a důvěryhodnost.

Předmětem zjištění práce je analýza moderátorských rolí pořadů Události (ČT) a Televizní noviny (TV Nova), především jejich osobností, charakteristik, funkcí a způsobů moderace pořadů v konkrétní relaci. Hlavními hledisky jsou důvěryhodnost a profesionalita, které jsou měřeny vyjadřovacími schopnostmi, využití emocí v relaci nebo neverbální komunikace. Dalšími prvky, které doplňují tyto hlediska, je prostor na obrazovce, kterým je moderátorům vytyčen a vliv společnosti na chod relace. Práce má také za cíl objasnit, jaké jsou rozdíly ve vystupování moderátorů právě mezi zpravodajstvím televize komerční a veřejné služby. Součástí je i dotazníkové šetření mezi diváky zpravodajských relací. To objasní, jak na respondenta působí chování a vzhled moderátora, a zdali je jeho osobnost spojena s pořadem.

4.1 Metodologie

Výzkum této diplomové práce je rozdělen na tři části. Každá část vyhodnocuje určitá specifika moderátorské profese či přímo zpravodajskou relaci a v ní moderátorský výstup. Tato diplomová práce pracuje kromě televizního zpravodajství se čtyřmi pojmy. Jsou jimi profesionalita, image, gender a důvěryhodnost. Na základě tohoto „zadání“ jsou provedeny analýzy s cílem, který v součtu nabízí komplexní obraz o roli moderátora v televizním

zpravodajství.

První z nich je primární analýza dat vybraných televizních stanicích ČT a TV Nova, konkrétně jejich hlavních zpravodajských pořadů – Události a Televizní noviny. Autorka má za cíl shromáždit informace o moderátorech těchto relací a míru jejich aktivity ve společenské životě, tzn. úloha televizní instituce v běžném životě moderátorů, participace na sociálních sítích apod. Výzkum má za cíl představit současné moderátory k jaru 2020, popsat jejich základní charakteristiku, původ moderátorské profese a zjistit roli moderátorů mimo obrazovky.

Kvalitativní výzkum je proveden induktivní metodou a zabývá se tak širšími aspekty moderátorské profese, jako je lingvistika, neverbální komunikace, vzhled, gender a vliv TV organizace na průběh zpravodajské relace. Analýzy hlavních zpravodajských relací Událostí a Televizních novin jsou provedeny v období patnáct dní v měsíci prosinci 2019 a březnu 2020. Volba zkoumaného období je zejména pro srovnání většího časového úseku s daným časovým rozestupem. Hlavním důvodem analýzy je sběr výsledků a vytvoření kategorií, které pomohou lépe porovnat výsledky a určit rozdíly veřejnoprávní a komerční televize.

Výzkum má stanovit profesní body z hlediska uvádění a provázení pořadem a určit hlavní body zpravodajské činnosti. Výzkum se zaměří na jazykovou stránku, vedené rozhovory a neverbální komunikaci. Níže je popsán rámec výzkumu a způsob kódování, které v projevu moderátorů hledá klíčové pojmy a výrazy. Také autorka zjišťuje bilance vzhledem k počtu vstupů moderátora v celkové délce zpravodajství a počet minut, kdy jsou moderátoři na obrazovce. Výsledky analýz budou popsány deskriptivní metodou.

Kvantitativní výzkum je dále proveden dotazníkovým šetřením, jakožto oslovení většího počtu lidí. (Sedláková, 2009, s.159) Šetření se především zaměří na vnímání moderátorů televizního zpravodajství sledujícím publikem. Výzkum má za cíl definovat základní požadavky diváků na moderátory televizního zpravodajství, jejich vlastnosti a vnímání publikem. Objasňuje funkci moderátora, zda ho diváci vnímají pouze jako uvaděče zpráv či je mu přisuzována i jiná role. Stěžejní otázkou zde zůstává, zda je u moderátora televizního zpravodajství důležitý vzhled, zda diváci vnímají moderátora jako osobnost, tedy jestli jim například záleží na vzdělání a jestli je moderátor vnímán jako tvář televize. Respondenti se dostávají i ke komparaci veřejnoprávní a komerční televize z hlediska funkcí moderátorů večerních relací.

Každá část výzkumu bude shrnuta komparativní analýzou, tedy porovnáním zjištěných výsledků za Českou televizi i TV Nova. Bude tak docíleno srovnání veřejnoprávní a komerční televize v několika rovinách.

4.2 Výzkumné otázky

VO1: Jaké jsou rozdíly mezi moderátory zpravodajských relací Události a Televizní noviny?

VO2: Jakým způsobem je osobnost moderátora spojena s danou televizí?

VO3: Jaké jsou hodnoty moderátorů pořadu Televizní noviny?

VO4: Jaké jsou hodnoty moderátorů pořadu Události?

5 Analýza pořadů Události a Televizní noviny

Analýza komunikační strategie jednotlivých pořadů se týká identifikace moderátorů zpravodajských relací společně se stručnou charakteristikou a následně analýza jejich role na televizních stanicích ČT a TV Nova, včetně analýza komunikace moderátorů mimo zpravodajské relace, například v rámci jiných pořadů dané televize. Informace o pořadech a moderátorech vypsanych níže se autorka dozvídala na oficiálních stránkách dané televizní společnosti, případně prostřednictvím jiných internetových stránek, které byly pro výzkum relevantní. Oproti České televizi, která informace o svých zaměstnancích uvádí veřejně na svých webových stránkách, Televize Nova těmito možnostmi nedisponuje.

5.1 Analýza Událostí

Události jsou pořadem České televize (dále také jako ČT) od roku 1998, zároveň je to počátek moderování zpráv se dvěma moderátory. Přehled denního dění začíná na kanálu ČT1 a ČT24 vždy v 19.00 hodin a trvají 55 minut, což je změna od ledna 2020. Celých osm let před touto změnou bylo vysílání dlouhé 48 minut. (ČTK, 2020) Právě rok 2012 byl průlomový pro zpravodajské Události. Změnil se koncept moderátorské dvojice, již neplatilo, že si jsou v relaci rovni, tedy že dostávají stejný čas na obrazovce. Relace je vedena vždy pouze jedním moderátorem, který dostává větší prostor vlastní realizace, a druhý moderátor je mu k ruce jako moderátor-komentátor, při zvláštních příležitostech se vydával do terénu. Došlo také k proměně studia, které bylo polovirtuální. Zprávy a reportáže nebyly již řazeny tematicky, ale více se přizpůsobily zahraničnímu trendy témata míchat. (ČT, 2012)

Volba moderátorů Událostí předchází pečlivému výběru. Standardně se již jedná o pracovníky ČT z jiných pořadů. Při změně konceptu v roce 2012 bylo pro výběr moderátorů klíčové jejich profesionalita, zkušenost v elektronickém médiu, perfektní znalost zpravodajských postupů, všeobecný přehled, předpoklady pro týmovou spolupráci s realizačním týmem, moderátorské předpoklady, jako je vynikající znalost českého jazyka a jeho užití v psané a tiskové formě, dynamický a přirozený čtení projev, schopnost precizního projevu bez čtecího zařízení, schopnost improvizace, schopnost připravit a vést rozhovory s respondenty. Dalšími kritérii jsou osobnostní předpoklady jako charisma na obrazovce, akceptace širším spektrem cílových skupin, vyrovnaná a pozitivní osobnost, pohotový extrovertní typ, odolnost vůči stresu, pohybové nadání, přirozená neverbální

komunikace, stabilní váha/hmotnost, harmonická postava, konfekční velikost, příjemný hlas – nižší poloha. Kromě komise složená z členů ČT pomáhá při volbě moderátora i externí poradní panel složený ze zástupců BBC a jiných televizních stanic zahraničních organizací nebo mediálních specialistů. (ČT, 2012) V dalších letech se doplnění moderátorů uskutečnilo operativně na základě změny a střídání pracovníků ČT například na zahraniční mise.

Pracovní pozici moderátora ČT potom popisuje takto: „Moderuje hlavní zpravodajskou relaci ČT Události a aktivně se podílí na její přípravě. Je podřízen editorovi relace a zároveň je členem jeho nejužšího týmu spolupracovníků, kteří společně a ve spolupráci s režisérem a dalšími realizačními složkami připravují výslednou podobu relace. Spoluzodpovídá za věcnou, faktickou a formální správnost a precizní prezentaci všech částí relace odehrávajících se ve studiu nebo v prostředí, jež jsou studiu rovnocennou náhražkou. Na základě redakčních a editorských podkladů připravuje konečnou formulaci a stylistiku studiových vstupů a formulaci otázek. Zodpovídá za včasnou přípravu a moderaci relace, za obsahově i formálně bezchybnou prezentaci při moderaci relace a za stylistickou a významově správnou podobu studiových textů. Zodpovídá za sledování trendů v moderaci při využití všech prostředků poskytovaných RZ ČT a za zvyšování vlastní kvalifikace v souvislosti s rozvojem televizních technologií.“ (ČT, 2012)

Události jako hlavní zpravodajská relace má celkem šest moderátorů, vždy je jeden hlavní, kterému pomáhá druhý moderátor jako zároveň i reportér v případě nečekaných či speciálních událostí. Jsou jimi Marcela Augustová, Michal Kubal, Daniela Písařovicová, Martin Řezníček Světlana Witowská a Jakub Železný.

Světlana Witowská se narodila v roce 1973, vystudovala Právnickou fakultu Univerzity Karlovy. Místo právu se ale začala věnovat žurnalistice, a to nejprve v ČTK a Mladé frontě DNES a od roku 1996 v České televizi. Pracovala také ve zpravodajství FTV Prima po dobu pěti let (2005-2010). V letech 2014–2018 byla moderátorkou pořadu Interview ČT24, poté se stala tváří pořadů Události a Události, komentáře společně se svým kolegou Martinem Řezníčkem. Je držitelkou novinářské ceny Karla Havlíčka Borovského za rok 2017. Vydala knihu „Hlavou proti zdi“, která je postavená na rozhovorech s hlasatelkou Kamilou Moučkovou. (Zunová, 2019; ČT, 2020)

Martin Řezníček kromě postu moderátora zastává i pozici zástupce šéfredaktora pro projektové řízení. Narodil se v roce 1976, vystudoval masovou komunikaci se specializací

na mezinárodní studia na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. V roce 2000 začínal v české redakci BBC ve Velké Británii i ČR. V roce 2006 se přesunul do redakce zahraničního zpravodajství v České televizi, té byl v letech 2008-2012 i vedoucím. V roce 2013 se stal zahraničním zpravodajem ČT v USA (do roku 2017). Je autorem knihy *Rozpojené státy – Amerika nejen televizní kamerou* (2020). (Argo.cz, 2020; ČT, 2020)

Marcela Augustová působí na obrazovkách České televize (tehdy ještě Československé televize) od roku 1987, ČT tak o ní mluví jako o stabilní a zkušené moderátorce. Od roku 1993 provázela soutěži „Hry bez hranic“, v roce 1994 začala pracovat jako zpravodajkou v Libereckém kraji. Moderátorkou Událostí je od roku 1998. Narodila se v roce 1965, vystudovala žurnalistiku na Univerzitě Karlově. Působí také v Českém rozhlasu. Je „tváří sbírkového projektu Pomozte dětem“. (ČT, 2020)

Michal Kubal se narodil v roce 1976, je absolventem Fakulty sociálních věd UK. V ČT začínal v roce 1999, od roku 2003 působil jako vedoucí zahraniční redakce. Jako reportér pracoval v zemích, především ve východní Evropě a na blízkém východě. Jako zahraniční zpravodaj působil v USA (2008-2012). Po návratu do ČR se v ČT stal znovu šéfem zahraničního zpravodajství. Moderátorem Událostí je od roku 2016. (Cbdb.cz; ČT, 2020) Získal ocenění *Novinářská křepelka* a *Cenu Ferdinanda Peroutky*. Je spoluautorem knihy *Válka o Irák a V hlavní roli Gustáv Husák: tragédie jednoho osudu*.

Redaktorka a moderátorka Daniela Písařovicová působí v ČT od roku 2006. Vystupovala v pořadech „Ekonomika ČT24“, „Interview ČT24“ a „Studio ČT2.“ Moderátorkou hlavní zpravodajské relace je od roku 2013. Narodila se v roce 1978 a vystudovala VŠE v Praze. Získala cenu *TýTý* jako *Objev roku* v roce 2010. Provázela večery při předávání ocenění „Sportovec roku 2018“ nebo „Magnesia Litera 2013.“ Svou profesi ztvárnila i v několika filmech. Účastnila se devátého ročníku taneční soutěže „StarDance ...když hvězdy tančí.“

Jakub Železný, který uzavírá šestici moderátorů České televize, se narodil v roce 1973. Vystudoval Filozofickou fakultu Univerzity Palackého v Olomouci a Fakultu sociálních věd UK v Praze. Události a Události, komentáře moderuje od roku 2012, ale v České televizi byl viděn už od roku 1999, například v pořadu „Nedělní ráno“, případně „Dobré ráno s ČT, Studio ČT24, Události v regionech (Brno)“ apod. Uváděl také předvolební debaty nebo speciály ČT. Dvacet let působil také v Českém rozhlasu. A na přelomu tisíciletí se podílel na tvorbě programů pro soukromou TV. (ČT, 2020)

5.2 Analýza Televizních novin

Televizní noviny započaly své vysílání v roce 1994, a to se vznikem televizní stanice TV Nova společnosti CET 21. Již od počátku přineslo zpravodajství na Nově revoluční podobu zejména díky dvojici moderátorů a modernímu studiu. Jako první komerční televize v ČR tak pro diváky působila zcela revolučně. TV Nova sází především na vzájemnou souhru dvojice, sladěnost a stejnorodost. Televizní noviny začínají každý den v 19.30 hodin a jejich stopáž je 40 minut. Televizní noviny se odehrávají v novém studiu od roku 2014. (Bělešová, 2020)

Zatímco souhrnné informace o moderátorech České televize lze najít na jejich webových stránkách. Informace o moderátorech TV Nova nejsou na webu dohledatelné. Disponují ale několika videi, kde moderátoři vystupují, například upoutávky na jiné pořady televize či reportáže z jejich soukromí s tituly: „TO JE PARÁDA! Krásná moderátorka Lucie Borhyová prozradila, jak se obléká k vánočnímu stromečku“ nebo TO JE ROZTOMILÉ: Usměvavá Lucie Borhyová vzala děti na výlet! Fotka vás nadchne“, také „Rok 2017 podle Lucie Borhyové: Krásná moderátorka prozradila, co pro ni bylo zcela zásadní.“ Nebo Nova nabízí vzpomínky ve stylu: FOTOGALERIE: Novácký moderátor číslo 1 slaví narozeniny! Podívejte se, jak s ním šel čas⁶“, také „Takhle že kdysi vypadal Rey? Oblíbený moderátor slaví narozeniny.“

Lucie Borhyová se narodila v roce 1978, vystudovala Vyšší odbornou školu publicistiky v Praze a v roce 1997 na Nově začala sbírat praxi při studiu jako pomocná redaktorka. Od roku 1999 je moderátorskou partnerkou Reye Korantenga. Kromě televizních zpráv moderuje pořady Víkend (od roku 2005), Život ve hvězdách nebo Odpolední Televizní noviny (od roku 2008). Malou rolí se objevila i v populárních seriálech na TV Nova, jako je Ulice nebo Ordinace v růžové zahradě nebo v několika filmech. Moderovala také předávání cen „Český Slavík Mattoni 2000“ nebo například slavnostní večer u příležitosti 25. výročí TV Nova v roce 2019. V anketě „ANNO“ byla několikrát vyhlášena jako „Nejoblíbenější žena Novy“. (Kadlečíková, 2017)

Reynolds Koranteng (zkráceně Rey) se narodil v roce 1974. Vystudoval střední školu a po ní začal pracovat na obchodním oddělení společnosti „Meteopress⁷“. V TV Nova začal účinkovat v pořadu Počasí ihned s jejím vznikem v roce 1994. Od roku 1999 moderuje

⁶ Moderátor číslo jedna je zde Rey Koranteng.

⁷ Meteopress je společnosti na zpracovávání meteorologických informací.

hlavní zpravodajskou relaci Televizní noviny s Lucií Borhyovou. Od roku 2005 také magazín „Víkend“. Patří tak k nejstabilnější dvojici v českém prostředí. (Záhora, 2017)

Kristina Kloubková působí v roli moderátorky zpravodajství od roku 2009. Do hlavní zpravodajské relace se ale dostala v roce 2014 jako záskok za jednu Lucii Borhyovou do dvojice s Reym Korantengem. Téhož roku ale utvořila dvojici s Martinem Pouvou. (Polák, 2014) Kristina je ročník narození 1976, vystudovala taneční konzervatoř. Tancem byla ovlivněna značná část jejího života i z toho důvodu, že oba rodiče se v tomto oboru pohybovali. Vyskytovala se jak na muzikálových jevištích, ale i ve filmu nebo televizi. (FBd.cz, 2020)

Martin Pouva. Narodil se roku 1963, vystudoval Fakultu tělesné výchovy a sportu UK a krátce se živil jako trenér tenisu v Německu. Od roku 1996 až do roku 2003 se vyskytoval na TV Prima (dříve TV Premiéra) nejprve jako sportovní komentátor a po té moderátor sportovního zpravodajství. Po dobu dvou let uváděl zpravodajství na TV Praha. Na TV Nova působí od roku 2006, nejprve se angažoval v projektu Formule 1, poté působil pět let jako moderátor sportovních zpráv. Od roku 2014 tvoří moderátorskou dvojici hlavních zpráv s Kristinou Kloubkovou. (Polák, 2014; Hlaváč, 2017)

Iveta Vítová se narodila v roce 1983 a od útlého mládí se věnuje modelingu. V roce 2009 byla zvolena Českou Miss. Studovala obor Sociální a masová komunikace na Univerzitě Jana Amose Komenského v Praze. Od roku 2012 začala moderovat „Ranní Televizní noviny“, které jsou součástí pořadu „Snídaně s Novou“, krátce poté uváděla Odpolední Televizní noviny a později také polední verzi zpravodajství. (Aust, 2012; Potůček, 2012) Od roku 2019 je moderátorkou hlavní večerní relace.

Petr Suchoň se narodil v roce 1984. Studium na Fakultě aplikované informatiky na UTB ve Zlíně nedokončil. Po zkušenostech v rádiu Frekvence 1 nastoupil v roce 2008 do TV Nova. Působil jako moderátor ranního pořadu „Snídaně s Novou“, poté v redakci sportu včetně moderace přenosů motoristických sportů nebo fotbalu, později moderoval Sportovní zprávy na Nově, avšak od roku 2012 se začal také vyskytovat jako moderátor večerní relace jako záskok, po pár měsících se stal jedním z hlavních moderátorů Televizních novin. Moderuje také Ranní a Polední Televizní noviny. (Zázvorka, 2012)

5.3 Závěr primární analýzy

Z provedené analýzy jsou dostupné některé informace, které se mezi oběma pořady

markantně liší. Výběr moderátora vedení televize je v Událostech dlouhý proces, kdy příležitost dostávají redaktoři, která v televizi působí dlouhá léta, zatímco TV Nova sází na osvědčené tváře klidně i z jiných pořadů, než je samotné zpravodajství. Ve výše uvedených případech se třikrát stalo, že se moderátor hlavní večerní relace stal člověk, který měl dosud ve zpravodajství malou roli, například byl moderátorem Počasí nebo Sportovních novin, což se týká moderátorů Korantenga, Pouvy i Suchoně. Ženy moderátorky jsou ve dvou případech původní profesí modelka a tanečnice/herečka. Ve většině případů se současní moderátoři hlavní relace začínali na nižších pozicím v řetězci zpravodajství, často ale jako moderátoři právě ranních zpráv apod., málokdy měli hlubší novinářskou zkušenost, ať už ze školní praxe nebo profesní novinářské praxe. Události výběr moderátorů berou z řad zkušených profesionálů většinou s oborovým vzděláním a dlouholetou praxí. Pro oba typy moderátorů, tedy jak ze soukromé, tak veřejnoprávní televize, jde o nejvyšší kariérní posun, co se novinářiny týká.

Rozdíly jsou znatelné i přímo na webových stránkách televízí, které slouží jako informační sever nejenom pro zpravodajství (společně se záznamy vysílání a pořadů), ale také jiné pořady dané televize. Informace o svých zaměstnancích veřejně poskytuje pouze Česká televize. V krátkém přehledu je tak uveden věk, vzdělání a dosavadní praxe ve společnosti. TV Nova takovým sektorem informací nedisponuje.

Průměrově věkově mladší moderátorky autorka eviduje na stanici TV Nova. Moderátory potom na ČT. Profesně zkušenější jsou ale moderátoři a moderátorky v ČT. v průměru pracují ženy v ČT 23,6 let, muži 18,6 let. Oproti TV Nova je to poměr ženy 14 let, muži 16,6 let.

Televize Nova často zahrnuje moderátory do různých komerčních a publicistických pořadů, ať už od zábavních po seriózní. Informuje diváky o jejich soukromém životě, tedy ať už fotky z narozeninové oslavy nebo z dovolené, případně i z dětství. Natáčí s nimi tzv. bonusová videa, která se týkají přímo osobnosti moderátorů, většinou se mají vyjadřovat k nějakému tématu či na téma vztahu k TV Nova. V některých příspěvcích moderátoři sami sebe označují jako za člena „Novácké rodiny“. Jsou umístěna na webových stránkách společnosti. Moderátoři ČT se účastní většinou rozšířeného nebo doplňujícího vysílání k aktuálnímu dění.

6 Analýza vstupů moderátora ve zpravodajské relaci

Kódování moderátorských vstupů v rámci zpravodajské relace je zaměřeno na tři hlavní kategorie, které se sále dělí do několika subkategorií. Jedná se o analýzu kvalitativní a zároveň induktivní. Formou deskripce bude objasněna úloha moderátora ve zpravodajských relacích a jeho dílčí činnosti spjatých s danou televizí během vysílání, včetně zahrnutí jejich osobnostních rysů. Jako vzorek zkoumání je stanoven patnáct odvysílaných dílů Událostí a patnáct Televizních novin z první poloviny měsíce března.

První kategorií jsou profesní aspekty komunikace moderátorů, které jsou zaměřeny na profesionalitu moderátora a jeho vyjadřovací schopnosti, které se týkají rétorických schopností a jazyka, jeho užití, volba slov, hovorových nebo citově zbarvených výrazů apod. Dále je to způsob vedení rozhovoru jako tazatele, kladení otázek, přerušování nebo korigování respondenta, jeho vzhled, konkrétně oblečení a make-up, nebo využití k moderaci vizuálních prvků pomocí obrázků, grafů, infografik, a využívání pomůcek, jako je počítač, tablet či papír.

Další kategorií jsou emoční aspekty komunikace moderátorů, které se zaměřují na analýzu neverbální komunikace, jako jsou předně gesta a mimika. Dále má za cíl zejména posoudit používání emocí moderátorů, které mají sdělení zpestřit nebo téma více divákům přiblížit, změnu výrazu nebo intonace hlasu. Tyto aspekty mohou znázorňovat způsob projevu sympatií divákům.

Třetí kategorií jsou takzvané procesní aspekty práce moderátorů, které se skládají z údajů jako čas strávený na obrazovce, výstavba relace (znělka, upoutávky, titulky, záběry), střídání moderátorů na obrazovce, také způsob jejich snímání kamerou nebo rozdělení reportáží. Současně je to i vliv organizační struktury dané televize na projev moderátora a na samotnou relaci, což primárně znamená odkazování na danou televizní společnost v moderátorském výstupu, zmiňování televize nebo relace, upoutávky na jiné pořady televize nebo případné zákulisní dění.

6.1 Analýza moderátorů Událostí

Ve zpravodajské relaci Události je koncipován úvod v podobě přivítání jednoho moderátora, který posléze přechází do fáze představení tří hlavních zpravodajských aktualit. Teprve potom se přehrává znělka pořadu a po znělce moderátor uvede první reportáž. Startu pořadu předchází odpočet hodin, který diváci spatří vždy několik málo

sekund před 19. hodinou. Moderátor je ve studiu vždy osamocen, jeho kolega ho střídá až po téměř dvaceti minutách pořadu. Poté ho kolega může opět vystřídat nazpět.⁸ Po celou dobu relace moderátor stojí, různě mění místa ve studiu, s čímž se proměňuje a zpestřuje i záběr na obrazovce, který vidí diváci. Moderátor si sám ovládá obrazovku za ním pomocí tabletu, který má u sebe, především v případě přepínání vizuálních prvků v podobě infografik, map, grafů nebo statistik, jenž se využívají při různých popisných reportážích, které si moderátor uvádí sám. V jiném případě uvádí reportáže jiných reportérů, nebo se spojuje se zpravodajem „na dálku“ do jiného města či místa události. Z velké části je moderátor pouze slyšet při komentování a uvádění různých záběrů, které se vážou k tématu, případně při popisování statistik nebo polohových údajů.

Moderátoři Událostí jsou na obrazovkách samostatnou jednotkou. Na relaci se ve většině případů podílí dva moderátoři, každý je ale na obrazovce zvlášť, nepotkávají se. Z analyzovaných dat vyplývá, že se moderátoři alespoň dvakrát vystřídají, tedy například relaci začne Augustová, pokračuje Kubal, vystřídá ho opět Augustová a skončí ji Kubal. Nicméně je v těchto údajích velká nepravidelnost, navíc autorka v nich nevidí podstatnější smysl. Průměrná doba relace je 52 minut 32 vteřin. Z toho jsou moderátoři na obrazovce téměř 30 %, přesněji 29.6 %, což znamená 15 minut a 34 vteřin. Průměrný počet moderátorských vstupů za jednu relaci je 39. A průměrná doba jednoho vstupu je 24 vteřin. Průměrný čas strávený na obrazovce vypovídá i o faktu, že sami se z velké části podílí na obsahu.

Je několik typů moderátorských vstupů, které vzešly z analýzy. Prvním je moderátorský vstup pouze s cílem uvedení reportáže, tedy vstup je dlouhý cca 16 sekund a následuje reportáž zpravidla o délce 2-3 minuty, případně videohovor s vybraným aktérem spojeným s tématem reportáže. Druhým typem výstupu je rozdělená obrazovka, tedy moderátor je vidět v jedné třetině obrazovky, kde uvádí a komentuje aktuální reportáž, současně ve zbylých dvou třetinách obrazovky se odehrávají záznamy a záběry z reportáží, o kterých moderátor právě mluví. Moderátor je tak viděn i slyšen, ale zároveň divák může sledovat vizuální podkresy k informacím, který moderátor zprostředkovává. Třetím typem vstupu je krátký záběr kamery na moderátora, po ale cca 6-8 sekundách se objeví vizuální prvky, jako jsou ilustrační záběry, obrázky, grafy aj., moderátor je tedy pouze slyšet. Tyto dva poslední typy vstupů jsou jakýmsi reportážním prvkem v úloze moderátora. Jedná se většinou

⁸ Během analýzy se jednou objevila varianta, že moderátoři se nestřídali, pouze Witovská převzala otěže na první část relace, Řezníček potom na druhou část.

v průměru o 40sekundové příspěvky.

Navíc se moderátoři Událostí vždy střídají, na obrazovkách je tedy vždy viděn pouze jeden, pokud se nejedná o spojení na dálku pomocí videohovoru či vstupem zpravodajů do vysílání z místa natáčení.

Záběry kamer na moderátora mají také několik podob. Obraz se tak mění a nepůsobí staticky. Moderátor je snímán „z dálky“, tedy je vidět „celý“, přičemž za ním je digitální stěna, kam se promítají různé potřebné obrazové materiály. Jednou za relaci se před ní projde a změní tak pozici. U druhého způsobu snímání je moderátor rovněž vidět celý, ale stojí u stolku, kde má nějaké materiály v podobě papírů, případně si na něj odkládá tablet. A třetí pohled je pouze od hlavy do pasu.

6.1.1 Vzhled

Oblečení moderátorů je spíše tmavých barev. Modré, tmavě modré a černé obleky, k tomu vždy kravata. Ženy moderátorky nosí šaty s podpatky. Oděv je v barvách černé, modré, s různými vzory i bez vzoru. Moderátorka Augustová má šaty sladěné s obroučkami brýlí. Make-up moderátoři nosí střídmy a účesy zpravidla stejné, jednoduché.

6.1.2 Emoce

Moderátoři Událostí si zachovávají jednotnou tvář, nevyzařují přílišnými emocemi, jsou spíše neutrální a tedy „nevnucují“ divákovi nějaký názor a pohled. Jejich pohledy jsou přímé, seriózní, ale u některých reportáží s odlehčenou tematikou se pokusí o úsměv, jsou to například reportáže o umění, u předávání cen laureátů a při dobrých zprávách – například „začínají jarní prázdniny“ nebo „dostatek sněhu na horách“ apod.

Dále je to mimika, kterou moderátoři vyjadřují údiv a překvapení nad tématem. Nejčastěji se projevuje zvednutým obočím či svráštěním čela. Spíše ale u moderátorů převládá neutrální výraz. I přesto moderátoři působí pozitivně, je to pravděpodobně i tím, že nedochází k výrazným vychýlením emocí, divák tak nemůže výjevy moderátorů srovnávat.

6.1.3 Gesta

Moderátoři se vyznačují i různou gestikulací. Ve většině případů používají při moderování tablet pro ovládání obrazovek kolem sebe, na které promítají různé vizuální prvky potřebné k jejich projevu a danému tématu. Tyto prvky v podobě grafů, map, případně statistik a jiných důležitých informací například shrnující klíčová slova reportáže aj. Tyto prvky

výrazně napomáhají případně k většímu pochopení zprávy nebo například podtrhují význam sdělení. Působí také přehledně a jasně. Tyto prvky zahrnuje moderátor Události do svého běžného výstupu. V případě měnicích se vizuálních prvků, ke kterým se v projevu postupně dostávají, si je sami moderátoři mění právě prostřednictvím tabletu. U některých moderátorů, především u Marcely Augustové, se neobejde klikání na tabletu o výrazný až soustředěný pohyb. Moderátor Kubal například s tabletem lehce mává ze strany na stranu, když diváky seznamuje s daným tématem.

Tablet v průběhu relace moderátoři odloží a mohou mít také ruce volné. Moderátorky se většinou lehce opírají o stolec, který slouží ve studiu jako orientační bod, a pro moderátorky jsou v průběhu delšího úseku jejich moderace i oporou. Moderátoři si většinou ruce drží spojené před tělem, případně mírným rozsahem gestikulují rukama. V případě stolku, který moderátorovi slouží jako místo pro odklad svých věcí, papírů nebo právě zmiňovaného tabletu, láká moderátory k lehkému opírání, případně na něm mají položenou ruku, která ale při některých záběrech vypadá zvláště a nepřírozně.

Gestikulace rukama ale moderátoři používají při vyslovení otázek nebo spekulací nad daným tématem. Dlaně jsou otevřené směrem k divákům, případně jimi symbolizují fáze výroku, který říkají. Například věta „na druhé straně můžeme ale očekávat...“ a pohyby rukama do strany zde naznačují, že problematika má alespoň dvě stránky, na které je třeba nahlížet. Během rozhovoru zase mohou při otázkách „proč“ gestikulovat směrem k respondentovi ke zdůraznění otázky. Případně gesta dodávají projevu určité tempo.

Dalšími gesty jsou pohyby hlavou, ať už při kývání hlavou dopředu vyjadřující porozumění tématu, souhlas s respondentem při rozhovoru apod. V určitých projevech dodávají moderátoři úklonem hlavou do strany signál ke zvýšení pozornosti u nových informací nebo nezvyklých tématech. To často dělá moderátorka Písařovicová, která na počátku projevu udělá mírný pohyb do strany a pokračuje v nezměněné poloze až do konce jejího vstupu. Moderátor Řezníček se zase v některých případech nakloní dopředu blíže divákům, ve smyslu jeho otevřenosti a přiblížení tématu divákům.

6.1.4 Pořady

Během zpravodajské relace moderátoři Událostí upozorňují na některé body z dalšího programu. Především je to pořad „Události, komentáře“, který moderátoři sami ve 22.00 hodin ve všední dny uvádějí. Během vysílání relace se tak informace o tomto pořadu

objeví dvakrát. Přibližně v půlce programu a na konci relace. Součástí zpravodajství jsou i upoutávky na jiné pořady České televize, které ale nejsou moderátorem nijak komentovány, pouze se přehrává krátký sestřih. Jedná se o pořady „186 hodin“, Reportéři ČT“ aj. Moderátoři v některých případech zmiňují i na webovou zpravodajskou stránku ČT24, a to v případě odkazování na podrobnější a rozsáhlejší informace u daného tématu. U zpravodajství z kultury v případě produkční a koprodukční činnosti České televize je televizní společnost zmíněná. Zpráva potom vypadá takto: „Snímek Šarlatán, který koprodukovala Česká televize, měl včera premiéru na Berlinale...“

V závěru každých Událostí je pozvánka na již zmíněné „Události, komentáře“ a také na relaci následující den, jenž je doprovázena ukázkou či ilustračními záběry vybrané domácí události, která bude v programu zařazena. Často se jedná o zasedání vlády či o chystané akci, například rozhodnutí vlády o vládních opatření během nouzového stavu či o přejmenování „náměstí Pod kaštany“ na „náměstí Borise Němcova“.

6.1.5 Jazyk

Jazykový projev moderátorů Událostí je na velmi vysoké úrovni. Nedopouští se gramatických chyb, pouze drobných přerázků. Výraznější „problémy“ projevu byly zjištěny dne 29. 2. u zpravodajské části týkající se parlamentních voleb na Slovensku, odkud přímo z Bratislavy vysílal Michal Kubal. Projev mu stěžovaly zejména povětrnostní podmínky, a tedy možné chladné počasí během místě natáčení. Projev působil tak mírně trhaně s pauzami mezi slovy. Prvotní rozpaky se ale vytratily s další částí vstupu z téhož místa. Dá se tedy říci, že vysílací podmínky u moderátorů-reportérů v terénu nemusejí být vždy příznivé pro správnou koncentraci.

Tentýž moderátor se ve stejném bloku relace o pár minut později ptal kolegy zpravodaje pro Bratislavu, který byl v místě působení volebního štábu slovenské politické strany „Smer“, jaká ve štábu na ulici „Súmračná“ v Bratislavě panuje atmosféra, zda název ulice napovídá výsledku pro stranu. (pozn. Súmračná ve významu „jsou mračná“, tedy pochmurná.) Moderátor se tak pokusil o vtip a odlehčení během relace.

Při rozhovorech s lidmi se také stává, že moderátor reaguje na to, co respondent říká a občas není jeho projev zcela „čistý“, například se opakují některá slova, jako například „tedy“.

Moderátoři Událostí výrazně artikuluji a pracují s intonací. Dávají tím důraz na slova, která

by mohla být snadno zaměnitelná, či by mohla ve větě zapadnout. Zdůrazňují například slova jako „není“, pokud se ve větě jedná o podstatnou informaci, který by mohla vyznít jinak. Také je důraz dáván na jména a číslovky a o expresní podoby některých slov. Například „na deset dní“, „FFP3“, „soud nařízení respektuje“ (důraz na první slabiku slova re-).

V intonaci lze rozlišit několik emocí. Je to například jakási naléhavost situace (př. „vysoká obezita lidí v ČR“), serióznost („obezita stále roste“ nebo „stav pacientů se navýšil“). Případně větu rozděluje na slova, mezi kterými nechávám pomlku. Intonaci ale během projevu mění, jako například Písařovicová, která větu rozděluje na části, kdy fakt oznamuje a kdy naléhá na důležitost tématu. Stejná moderátorka při reportáži se smažením jídel v restauracích upraví svůj tón hlasu tak, aby vyjádřila jakousi lítost nad tématem, zároveň v projevu zpomalí a dává zdůrazněním některých slov jako „karcinogenní“ problematice vyšší váhu.

6.1.6 Rozhovory

Hojnou částí programu jsou i rozhovory a videokonferenční spojení s odborníky ke konkrétnímu tématu či se zpravodaji ČT v místě dané události. Jelikož je obrazovka s hostem vysílání za moderátorem, někteří moderátoři jinak řeší způsob natočení se na respondenta vůči divákům apod. Marcela Augustová například s telefonujícím mluví „do očí“, po dobu volání je tedy zády divákům a dívá se na obraz před sebou. Ostatní moderátoři uvedení hosta, položení otázky říkají směrem k divákům a poté, při předání slova, se natočí bokem k respondentovi, a tedy neodvrací se celý tělem od diváků. Viz obrázek níže.



Obrázek 1: Martin Řezníček při rozhovoru se zpravodajem v Itálii. Zdroj: Ceskatelevize.cz, 5. 3. 2020.

S kolegy zpravodaji atmosféra rozhovoru odpovídá tématu. Například v reportáži o

kontrolách vozů na českých hranicích z důvodu opatření proti Covid-19 se krátce pozdraví a přechází se přímo k situaci na hranicích, slovo si tak bere po zbytek reportáže reportér. V případě spojení s například představiteli vlády se skutečně jedná o rozhovor, tedy moderátor dotyčnému respondentovi položí alespoň dvě až čtyři otázky na dané téma. Po dobu jeho řeči ho nijak nepřerušuje.

Jsou ale i spojení, kdy se moderátor neubrání úsměvu. Například Světlana Witovská s meteorologem Michalem Žákem, který přinesl aktuální informace o podmínkách na českých horách během jarních prázdnin školáků. Viz obr. 1.



Obrázek 2: video spojení. Zdroj: Ceskatelevize.cz, 5. 3. 2020.

6.2 Analýza moderátorů Televizních novin

Nejdříve je zanalyzována procesní kategorie moderátorských vstupů. Televizní noviny začínají v 19.30 hodin znělkou pořadu, poté namluveným úvodním slovem, který vítá moderátory relace, kteří již sedí za moderátorským stolem. Následně moderátoři přivítají diváky a okomentují krátký sled tří hlavních zpráv v úvodu. Poté začínají většinou oba moderátoři první reportáží. Po celou dobu relace jsou moderátoři za moderátorským stolem, na němž mají otevřené laptopy položené z boku stolu a před nimi jsou položeny papíry pravděpodobně s vytisknutým znění moderátorských vstupů. Moderátoři nikam neodcházejí, udržují stejné místo, a na obrazovkách se buďto střídají nebo reportáž uvádějí současně.

Moderátorské vstupy v Televizních novinách mají několik variant. V první řadě se jedná o vstup pouze moderátorky nebo pouze moderátora anebo dvojice moderátorů současně. U

prvního zmíněného vstupu se kamera soustřeďuje na moderátora na horní část těla, dolní část je za stolem. Ve druhém případě lze vidět celý moderátorský stůl s oběma moderátory, nebo přiblížený záběr na oba moderátory, tedy snímající desku stolu. Kamera přitom moderátory během uvádění reportáže snímá pouze zepředu. Buďto jsou na obrazovce pouze sami, nebo je obrazovka rozdělená na dvě části. V první z nich je právě moderátor a ve druhé osoba, se kterou se studio spojuje za účelem zodpovězení otázek k tématu. Zcela jiný záběr je v případě hned prvního záběru na moderátory, a to po znělce, kdy se kamera přibližuje z levé strany, to moderátoři relaci zahajují, poté je stejný záběr využit v případě „hosta“ ve studiu, kterým je jiný moderátor, který se chystá uvádět některé další souhrnné informace k tématu přímo s využitím techniky ve studiu. A stejně tak při přivítání moderátorů sportovního přehledu na konci relace a loučení se s diváky.

Moderátorské dvojice na TV Nova jsou neměnné a pevně stanované. Moderátoři jsou tedy vždy na obrazovkách v páru, a tedy genderově vyvážení. Z uvedené analýzy vychází, že relace Televizní noviny průměrně trvá 39 minut a 34 sekund. Oba moderátoři jsou v průměru na obrazovce 17 % relace, tj. 6 minut a 48 vteřin. Z tohoto celkového času je moderátorka na obrazovce sama 22 % času, moderátor potom 23 %. 55 % času jsou potom na obrazovce oba zároveň. Za jednu relaci mají moderátoři Televizních novin v průměru 21 vstupů. Časový průměr jednoho vstupu je potom 20,4 sekundy.

6.2.1 Vliv společnosti

Analýza také hodnotí, v jaké míře se objevuje „stopa“ televizní společnosti ve vysílání a zdali je prostřednictvím moderátorů jednoho z nejsledovanějšího televizního pořadu využívání k propagaci jiných formátů televize. Děje se tak v případě různých pořadů, často seriálu „Ordinace v růžové zahradě,“ na který je během vysílání často zařazena i upoutávka na aktuální dějový vývoj seriálu, který jeden z moderátorů oznamuje. Děje se tak ve dny vysílacího času seriálu, kterými jsou úterý a čtvrtek. Dále je v Televizních novinách hojně zmiňovaný pořad „Střepiny“ (každou neděli), upoutávky na „Život ve hvězdách“ (čtvrtek), „ranní“ pořad „Snídaně s Novou“ nebo internetový pořad „Na přímo“ aj., které často doprovází krátké ukázky pořadů. Moderátoři ale i s „pýchou“ zmiňují společnost TV Nova v úvodech reportáží, a to například – „náš průzkum odhalil...“, dále „více se dozvíte v pořadu Na přímo na tn.cz⁹...“ Dalším typem vidiny společnosti ve vysílání je například úvod reportáže: „Televize Nova se rozhodla otestovat situaci v nemocnicích...“ nebo

⁹ Oficiální web TV Nova.

„Televize Nova zjistila...“, také „... vám přináší naše minisérie speciálních reportáží na téma...“ nebo „v Televizních novinách vám dnes nabízíme...“, „Televize Nova natočila...“ nebo „Televizi Nova se podařilo kontaktovat řidiče taxi...“ Moderátoři také vyzývají ke sledování zpravodajství slovy „Zůstaňte s námi“. V případě oznámení úmrtí herce Max von Sydowa moderátorka zmínila, kromě filmů, ve kterých hrál, i hercovu přítomnost v „nováckém“ pořadu „Snídaně s Novou“. Tedy ani uctění památky se neobejde bez komerčních projevů televize.

Jasně zde vyplývají znaky komerční televize a také důraz na sledovanost pořadů Novy. Na nalákání na pokračování přehledu zpravodajství moderátoři užívají fráze jako „Televizní noviny pokračují“, případně „více se dozvíte už a chvíli v Televizních novinách.“ Moderátoři vždy na konci relace upozorní, jaký program na kanálu dále následuje. Na program, kterého se mimo zpravodajskou relaci sami moderátorsky účastní, diváky pozvou, často jej doprovází i upoutávka z pořadu. Například „... a čeká vás Víkend s Lucií, proto se nezapomeňte dívat,“ případně „...dnes si nezapomeňte pustit Život ve hvězdách, který zcela mimořádně moderuje Lucie...“

6.2.2 Vzhled

Co se týče profesních kategorií analýzy moderátorů, tou nejvíce viditelnou na první pohled je vzhled, tedy oblečení, vizáž, líčení nebo účes. Moderátorky TV Nova nejčastěji nosí šaty či halenky se sukni, nicméně rozdíly jdou hůře rozeznat z toho důvodu, že po celou dobu jsou viděni zpoza stolu.

Nejvíce extravagantní je dle analýzy Lucie Borhyová, která nosí výraznější modely a také barvy. Zatímco ostatní moderátorky se drží studenějších barev, jako je tmavě modrá, Borhyová obléká barvu červenou, růžovou, bílou, stříbrnou, mění účesy vlasů, nosí i odhalený dekolt. Také Kloubková ale kromě spíše tmavých modelů oblékla světle fialové šaty. Vítová se drží nevýstředního stylu. Účesy obou posledních zmiňovaných zůstávají zpravidla neměnné.

Moderátoři nosí saka různých barev, nejčastěji ale tmavě modrá, černá nebo šedá, experimentují ale i s košilemi, které mohou být i leskle růžové (Koranteng) nebo světle fialové (Pouva), růžovou kravatu naopak nosí Suchoň, ovšem i jako jediný z moderátorů. Zbylá dvojice kravaty nenosí, pouze sladěný kapesníček. TV Nova se tak nebojí experimentovat s odstíny a oblékat své zmocněnce do výrazných barev.

6.2.3 Emoce

Moderátorský projev, kromě samotného řečnického vystoupení doprovází také gestika, mimika, intonace nebo tón hlasu. Všechny tyto prvky mohou vypovědět tolik, jako opravdový význam jeho sdělení. Moderátoři se s využitím těchto prvků snaží přidat do projevu především emoce, které chtějí přenést i na diváka. U moderátorské dvojice Televizních novin vidíme při projevu vzájemnou podporu. Jeden druhému projevují sympatie, a to především pohledy jeden na druhého. Ať už to je v případě záběru na celou dvojici, kdy jeden mluví a druhý poslouchá, pohledem na kolegu vyjadřuje tak svůj souhlas s tím, co mluvící kolega říká. V některých případech se na sebe v závěru projevu podívají, a tedy si vzájemně odsouhlasí, co řekli. Nebo si pohledem dávají signál a předávají slovo. Občas projev doprovází i mírné pokývnutí. Mezi dvojicí je tak nastaven jakýsi vztah a souhra, kterou se vzájemně snaží při živém vysílání podpořit, ale především se ji snaží ukázat divákům. I fakt, že moderátoři pouze sedí, tedy zauímají pouze jednu pozici, není zde prostor pro větší pestrou neverbální komunikaci, která projevu může pomoci. Jsou často ztuhlí a netvární.

Pro zapojení emocí do projevu moderátoři hojně využívají mimiku obličeje. Jedná se o úsměvy, mhouření očí, svrášt'ování čela, rychlé mrkání, zvedání obočí. K volenému slovnímu projevu tak neverbálně vyjadřují emoce jako údiv, radost, smutek, prosbu, lítost, očekávání, starost, vděčnost aj.

Nejčastěji se jedná o radost nebo štěstí, které se značí úsměvem, pozitivním tónem. Ten moderátoři vyjadřují zejména na začátku a na konci relace, kdy diváky vítají nebo se s nimi loučí a vyjadřují jim tak sympatie. Ještě při úvodní znělce se moderátoři mezi sebou baví a smějí, což naznačuje dobrou atmosféru a případné přátelské vztahy mezi kolegy.

Pozitivní zprávy doprovází právě úsměvy, které se moderátoři snaží „nastavit.“ Ne vždy to ale vypadá přirozeně, často potom dopomáhá druhý kolega z dvojice, který úsměv prvního kolegy podpoří.

Vážná témata si vyžadují seriózní výraz vyjadřující obavy, který doprovází například i svráštělé čelo. Může se ale jednat i o důraz v případě naléhavého sdělení nebo prosby. Moderátoři TV Nova projevují i smutek, a to svráštělým obočím, svěšenými koutky, povzdechu apod. U moderátorů TV Nova lze poznat velmi pestrou škálu emocí. Výše zmiňované lze rozlišit téměř u každého moderátora, který se s danou zprávou potýká.

Výraznou mimiku umí projevit moderátoři, jako je Koranteng, Borhyová, Suchoň a Kloubková, na druhou stranu kolegové Pouva a Vítová proměnami projevu moc nedisponují a za kolegy v tomto zaostávají. V analýze se autorka dokonce několikrát setkala s výrazem úsměvu Vítkové, která ale zároveň mluvila o hospitalizovaných lidech v nemocnicích.¹⁰ Pouva zase disponuje třemi typy neverbální komunikace, a to je zvednuté obočí, svráštělé čelo a přivření očí.

Vážný výraz například nastolila Kristýna Kloubková při slovech „možné následky nehody...“, smutný výraz zase u reportáže o Světovém poháru biatlonu v ČR bez fanoušků.¹¹

V některých případech se projev emocí daného moderátora dostává do kontrastu s „pravými“ osobními zájmy a emocemi moderátora. Například Suchoň u výkladu Vítové nevěřičně kroutil zřetelně hlavou u reportáže o muži, který „pašoval ve svých útrokách 80 kapslí s kokainem.“¹² Suchoň tak jistě vyjádřil svůj údiv, který ale nebyl od moderátora zpravodajství profesionální. Suchoň také velmi výrazně projevil své emoce u oznamování krádeží umění, které jsou v ČR zaznamenávány každý rok.¹³ Velmi se při projevu mračil a tvářil se vážně, což mohlo vyjádřit i jistý důraz na výchovu občanů.

Vítová vyjádřila emoce v úvodu reportáže o muži prchajícím před policejní hlídkou v autě. Když oznámila, že mladík způsobil „pouze drobné škody,“ dlouze mrkla očima s pravděpodobným podtextem, že tato kauza mohla dopadnout daleko závažněji.¹⁴

6.2.4 Gesta

I gestikulace napomáhá ozvláštnit projev. Moderátoři Televizních novin pouze sedí za moderátorským stolem, jsou vidět od pasu nahoru a stále v jedné a té samé poloze, proto si nemohou dovolit výraznou řeč těla. Často se ale gesta pojí se zprávou, kterou nějak doprovází. Například při úvodu relace dělá pravidelně Lucie Borhyová gesto rukama vstříc divákům, které mohou být projevem vlídnosti a přátelskosti. Podobné gesto dělá i na začátku její běžné „čtené zprávy.“ Lze si pod tím tak představit, že zprávy jsou určeny divákům, a tedy tímto gestem je to tak naznačováno.

Koranteng si pohyby rukama diktuje tempo jeho projevu, případně udělá gesto pouze na

¹⁰ Závada vody v Poličce, reportáž ze dne 2. 3. 2020.

¹¹ Oba údaje z reportáže ze dne 5. 3. 2020.

¹² Reportáž ze dne 3. 3. 2020.

¹³ Reportáž je zde dne 3. 3. 2020.

¹⁴ Reportáž je zde dne 3. 3. 2020.

začátku projevu, to se ale k diváckým sympatiím spíše neváže, pouze si pomáhá k přečtení konkrétní části.

Ruce mívají moderátoři také propletené a položené na stole. Případně pohybem ruky dodávají projevu důraz, například jako moderátorka Vítová v reportáži o zdražení cigaret. Důraz dodala na slovo „největší“ ve větě „největší zdražení v historii.“ Pohyby rukou doprovázejí i ukazovací zájmena, například „tohle, tyto“ apod., které upozorňují na podstatnou informaci v projevu. Gesty si ale moderátoři pomáhají udávat tempo nebo takt projevu.

Petr Suchoň se při projevu naklání tělem dopředu blíže divákům. Tím se chce divákům přiblížit a vyjadřuje jim tak sympatii se záměrem jim zprávu předat. Suchoň u informací, které se týkají mýtů o viru Covid-19, rukama naznačuje krabici a předvádí, jak na něj z balíčku z Číny vyskočí virus. Jde tedy pokus o vtip, kterým se snaží uvolnit atmosféru ve studiu i „doma“ u diváků u televizních obrazovek.

Na konci relace se moderátoři během pár vteřin rozloučí a oznámí divákům, co je na kanále čeká dále. Většinou udrží oba moderátoři pozornost a úsměv až do konce, v případě Korantenga si ale v několika případech ještě ve vysílání začne „balit“ své věci, jako je laptop a papíry, a strkat si tužku do saka. Působí to trochu předčasně a je to od něj na jednu stranu nezdvorné, protože Borhyová stále mluví, loučí se s diváky a láká je na další sledování televize. Dává tím ale jasně najevo, že je pořad u konce, což pochopitelně znamená i pro mnohé diváky, a tento symbol může například znamenat pauza před startem programu v „prime timu.“

Moderátoři Koranteng a Pouva drží téměř během celé relace tužku v ruce a vždy po přečtení reportáže si patřičný splněný bod relace škrtnou na papíře ležícím před nimi. Koranteng si při projevu jeho kolegyně papír prohlíží a čte si na něm poznámky, v některých případech papír drží ve vzduchu nad stolem, zatímco se ale stále dívá do obrazovky. S papírem si občas na stole „hraje“ i moderátorka Vítová. Tužku v ruce drží také moderátorka Vítová nebo Kloubková.

Nejméně strohé moderátorské vystoupení má moderátorka Vítová, která ačkoli je její slovní projev velmi dobrý a plynulý, nepoužívá jiné prostředky komunikace, které by jinak vyjadřovaly emoce. V jiném případě moderátor Pouva také neoplývá pestrostí výstupů, jeho výrazy jsou víceméně totožné na konci reportáže v podobě jakéhosi úšklebku. Pouva je jedním z moderátorů, který nejméně využívá neverbální komunikaci a jeho tón hlasu je

ve většině případů také totožný. Udává si tempo čtení zprávy rukou, jeho tělo působí ztuhle, hýbe se mu pouze hlava. Jednotlivé reportáže si často ještě v záběru odškrabává přímo na papíře před sebou.

6.2.5 Rozhovory

Moderátoři Televizních novin vedou během relace rozhovory s odborníky na daná témata, jedná se o videohovory. Druhým případem je spojení s reportérem v terénu. V případě reportérů je moderátoři často pouze uvedou, položí jim zpravidla jednoduchou otázku, například „Honzo, v ohroženém stavu by měli momentálně být dva lidé, potvrdil ti to někdo?“¹⁵ nebo „Filipe, tak jak to tam probíhá?“¹⁶ a předají jim slovo. Ti potom pokračují ve většině případů i s následující reportáží. Tykáním a přátelským přístupem naznačují koleialitu, která se mezi nimi vyskytuje.

V případě odborníků na danou problematiku se jedná o rozhovory, které se často vyznačují alespoň dvěma otázkami. V analyzovaném období byli nejčastěji těmito odborníky členové vlády. Na těchto videohovorech se podíleli jak moderátorky, tak moderátoři. Ale zatímco moderátorky pouze uvedly reportéra a položily výše zmiňovanou jednu otázku, muži vedli „bohatší“ dialog. Často s předsedou vlády Andrejem Babišem, ministrem zdravotnictví Adamem Vojtěchem nebo ministrem vnitra Janem Hamáčkem. V průměru měl tento dialog tři až čtyři otázky ze strany moderátora. Rozhovor začíná pozdravem, přechází se k otázce, v případě, že dotyčný uhýbá do tématu nebo „napřed“ k jinému tématu ho moderátor zastaví. Například takto Koranteng předsedu vlády Andreje Babiše zastavil v půlce věty se slovy: „Promiňte, že vám skáču do řeči...“ A gestem dlaní značící „stop“. Koranteng taky užil několikrát slovo „rozumím“ v hovorovém tvaru s krátkým *i*.¹⁷ V několika případech se také Koranteng dlouze dívá do svých poznámek a otázku čte, namísto udržování očního kontaktu s obrazovkou, tedy diváky i s respondentem na druhé straně spojení.

6.2.6 Jazyk

Co se týče lingvistických aspektů, dle analýzy Suchoň použil výraz „prostě“ u shrnutí a zestručnění věty a zlidovění jejího významu divákům. Po té slovo „výcuc“ u představení úlohy kolegy ve studiu: „A výcuc z tiskové konference nám představí...“ Nebo také spojení „teď malinko odlehčíme“ ve změně tématu. Na závěr relace se loučil slovy „Držte

¹⁵ Uvedená reportáž se týká prvních lidí nakaženým Covid-19.

¹⁶ Reportáž je ze dne 11. 3. 2020.

¹⁷ Rozhovor je z Televizních novin odvysílané 11. 3. 2020.

se, to dáme.“ Učinil tak jako přátelské gesto, které se vztahuje k nástupu krize kolem onemocnění Covid-19. Koranteng zase na konci rozhovoru s předsedou vlády Andrejem Babišem při posledním slově začal větu: „Tak pane premiére, já vám děkuji.“ Slovo „tak“ působí spíše hovorovým dojmem, stejně jako předešlé „prostě.“ V mnoha případech se ale moderátoři až na několik přeráznutí větších jazykových chyb nedopouštějí.

Stejně jako emoce intonace je velmi podstatným faktorem pro vyznění informace vůbec. Zkoumaní moderátoři pracují s intonací hojně. Zvýrazňují slova, dávají na ně důraz a informacím tak dodávají podstatu a důležitost. Ve většině případů se objevují slova jako číslovky nebo místa s výrazným důrazem, zpomalením ve větě, případně jiným tónem hlasu. Také to jsou spojky „ale, nebo,“ kde zároveň moderátor zpomalí a změní tón hlasu.

Příkladem jsou úryvky: „včetně šesti Čechů,“ „šest tisíc lidí,“ „stovky miliard,“ „mimořádná událost“ apod. Většina moderátorů velmi výrazně věty odděluje, mění tóninu hlasu, zvyšuje ho nebo klesá.

Moderátoři dávají i důraz na slova s hláskou „ř“, případně také „š“, „č“. Lucie Boryhová takto například hlásky výrazně vyslovila ve slovech „třiatřicet“, „Češi“, „Dachstein“.

Důraz na slovo dávají moderátoři také způsobem rozdělení slova na slabiky, například Koranteng v reportáži o riziko nákazy Covid-19 ve školách uvedl „...aby rodiče žáky do škol ne-po-sí-la-li.“¹⁸ Čímž tedy zdůraznil prosbu ředitele školy.

6.3 Závěr kvalitativní analýzy

Analýza obou zpravodajských relací poskytla hlubší pohled do fungování zpravodajství dané televizní stanice. Oba typy pořadů disponují prvky, které jsou typické pro komerční vysílání, tedy Televizní noviny, a veřejnoprávní zpravodajství, tedy Události. Moderátoři jsou hlavním centrem pozornosti, na které diváci upínají pozornost. Oblasti, na které byla během analýzy zaměřena pozornost, jsou emoce, lingvistika, mediální dialog, vzhled a organizační struktura televizní společnosti. Předem bylo toto bádání rozděleno na tři větší kategorie – procesní, profesní a emoční, spolu s více subkategoriemi, které tyto celky udávají.

U kategorie procesních aspektů byla poměřována stopáž moderátora na obrazovce, střídání

¹⁸ Záznam ze dne 9. 3. 2020.

moderátorů a vliv televize na průběh relace. Liší se délka televizní relace, a tedy i podíl moderátorů v ní. Moderátoři Televizních noviny zde vyšly s průměrem 17 % času na obrazovkách z celkového průměrného času relace. Průměrně mají moderátoři 21 vstupů o délce 20,4 vteřin. Střídání moderátorů je nepravidelné, ale moderátorská dvojice se na obrazovce vyskytují jak společně, tak každý moderátor zvlášť. Z měřeného období potom vyšla statistika 55 % vstupů jsou na obrazovce oba, 22 % pouze moderátorka a 23 % pouze moderátor. Během celé relace lze vidět jasný vliv „komerčního“ prostředí, který se mísí s aktuálním děním. Nejčastěji jde o upoutávky na jiné pořady nebo o zmiňování názvu společnosti, tedy TV Nova, ve spojitosti s tvorbou reportáží, kdy podíl televize vyznívá záslužně. Případně se využívají i osobnosti moderátora, kterým s televizí spolupracují na dalším obsahu. Koncept Televizních novin v tomto případě je na moderátorech relace vystavěn.

Moderátoři Událostí jsou na obrazovkách téměř 30 % relace. Průměrný počet vstupů je 39 a délka jedné je 24 vteřin. Systém střídání moderátorů se různí, zpravidla platí, že jeden moderátor je ve vysílání ten hlavní a druhý s ním spolupracuje jako moderátor-komentátor, který v případě potřeb vyjíždí do terénu. V tomto případě se například během parlamentních voleb na Slovensku moderátor vydal přímo do místa dění do Bratislavy. Česká televize, jakožto původce pořadu, se ve vysílání nepromítá.

U emočních aspektů komunikace se objevily mezi komerčním a veřejnoprávním vysíláním rozdíly. Moderátoři Koranteng a Borhyová jsou „novácké“ stálice Televizních novin, ale i z hlediska dalších pořadů, na kterých se podílí. Svědčí o tom, do jaké míry jsou po TV Nova podstatné osobnosti. Borhyová se projevuje svým širokým a laskavým úsměvem, kterým jasně dává najevo dobré a radostné zprávy. Má i svou vážnou stránku, která ale není až tak tvárná. Tónina hlasu je ve většině případů stejná. Dává si ale pozor na výslovnost a výraznou artikulaci. Koranteng se vyznačuje rychlou mluvou, a ne zcela prožívanými výstupy oproti jeho kolegům. Suchoň působí na obrazovkách jako vtipálek a vypravěč, velmi často si hraje s intonací a jeho části projevu působí jako vypravěčský kousek. Tempem projevu a intonací hlasu rozlišuje různé události a účely zprávy, tedy to, co si z ní má divák odnést. Kloubková s Vítovou nepůsobí nijak výrazně. Jejich přednes je dobrý, další aspekty neverbální komunikace jsou potlačené. Pouva není v mimice ani projevu moc tvárný, drží si jeden a ten samý styl projevu.

Moderátoři Televizních novin často ve svém projevu využívají emoce. V několika

případech bylo očividné, že kromě „hraných“ emocí se jedná i o ty osobní. Moderátor zde tedy porušuje pravidlo neutrality, které mohou srážet podíl objektivitu zpravodajství. Jeden druhému napříč gesty, mimikou i emocemi projevují sympatie a podporují tak svou kolegiální a přátelskou, méně seriózní, podobu relace. Tím tedy především působí na diváky a navazují s ním určitý sociální vztah.

Emoce u moderátorů Událostí jsou oproti tomu více potlačené. Zaujímají spíše neutrální postoj. Emoce projeví například při kulturních tématech, která v podílu seriózních společenských témat jsou odlehčená a v některých případech i úsměvná. Úsměvy se vyskytují například i při předávání slova mezi částmi relace druhému moderátorovi, případně v úvodu nebo na konci relace. Projevují si tak sympatie navzájem i směrem k divákům. Moderátoři využívají v projevu mírná gesta a mimiku.

U profesních aspektů se faktory obou pořadů liší především v průběhu moderátorských vstupů. Moderátoři mají v určitém pořadu jinou funkci. Zatímco moderátoři ČT jsou zároveň i tvůrci pořadu, moderátoři Novy jsou především prezentujícími aktuálního dění. To se jednak vyznačuje dobou, kterou se v relaci objevují, jak je již popsáno výše, ale také využitím různých vizuálních prvků, jako jsou grafy, statistiky, infografiky nebo mapy, kterými se moderátoři Událostí sami podílí na reportážích.

7 Analýza kvantitativního výzkumu

Další částí výzkumu je kvantitativní výzkum změřený na publikum televizního zpravodajství a jeho vztahu k moderátorům. Analýza byla provedena pomocí dotazníkového šetření. Hlavním cílem výzkumu bylo odpovědět na otázky, jaké jsou podle veřejnosti nejdůležitější vlastnosti moderátora, zda má svůj vliv na jeho profesi vzdělání nebo jeho vzhled, a zdali je moderátor považovaný za tvář konkrétní televize.

7.1 Zkoumaný vzorek

Dotazníkový průzkum zaměřený na roli moderátora televizní zpravodajství mezi diváky televizních zpráv se uskutečnil prostřednictvím internetového formuláře Google. Výzkumu se zúčastnilo 252 lidí, přičemž 60,1 % byly ženy a 39,9 % muži ve věkových kategoriích od 18 do 50 let. Respondenti pochází z jak velkých měst včetně Prahy, tak z měst a obcí o menším počtu obyvatel. Z Prahy pochází 20,7 % respondentů, z velkých měst o velikosti 100 001-500 000 obyvatel pochází 10,3 %, z měst o počtu 50 000-100 000 obyvatel je 12,5 % respondentů, 6,5 % účastníků výzkumu pochází z měst s 20 001-50 000 obyvateli, 19,8 % je z obcí s populací 10 001-20 000 lidí. Zastoupení obcí s 1 001-10 000 obyvateli je 18,5% a z obcí menší než 1 000 obyvatel se zúčastnilo 11,6 % respondentů. Sociodemografický vzorek šetření tak byl poměrně vyvážený.

7.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Šetření bylo sestaveno do několika částí, kdy nejprve se jednalo o obecné otázky, později se více konkretizovali na vlastnosti, schopnosti a rysy moderátorů. První otázka se týkala televizního zpravodajství, jež bylo takzvaným sítím relevantních odpovědí, tedy zda divák televizní zpravodajství sleduje, či nikoliv. Kladně odpovědělo 200 respondentů, tedy téměř 80 %. Následně byli respondenti dotázáni, na které televizi zpravodajství sledují. Bylo možné vybrat více televizní kanál než jeden dle preferencí účastníků. 88 % lidí zvolilo možnost Česká televize, TV Nova získala 46 %, FTV Prima 23 % a TV Barrandov 2 %. Přičemž Českou televizi nejvíce sleduje 60 % diváků v letech 21-30 let. Největší podíl sledujících TV Nova je také ze skupiny 21-30 let, a to 50,5 % z dotázaných. FTV Prima sleduje největším podílem účastníků šetření také tato věková kategorie s 47,8 %. TV Barrandov má pro větší závěry v tomto výzkumu malý počet respondentů.

Dotazník umožňoval ohodnotit zpravodajství zmíněné televizní stanice, a to hodnotou 1 (nejlepší) až 5 (nejhorší). Zpravodajství ČT bylo nejvíce hodnoceno nejlepší známkou,

tedy 1. Tuto odpověď zvolilo 44 % respondentů, a to nejvíce krát ve věkovém rozhraní 21-30 let (28,5 % lidí), známku 2 udělilo 35,5 respondentů (21,5 % ve věku 21-30 let), známku 3 zvolilo 11 % respondentů, známku 4 3,5 % a nejhorší známku 5 1,5 % z účastníků výzkumu. 4,5 % respondentů toto zpravodajství nesleduje.

Zpravodajství TV Nova bylo hodnoceno známkou 1 od 2 % účastníků, známku 2 udělilo 9,5 % respondentů, známku 3 potom 28,5 % diváků, známku 4 zvolilo 30 % lidí (nejpočetnější skupinou byli respondenti ve věkové kategorii 21-30 let s 20 %) a nejhorší známku 5 TV Nova udělilo 15,5 %. Zpravodajství na Nově z dotazovaných nesleduje 14,5 %.

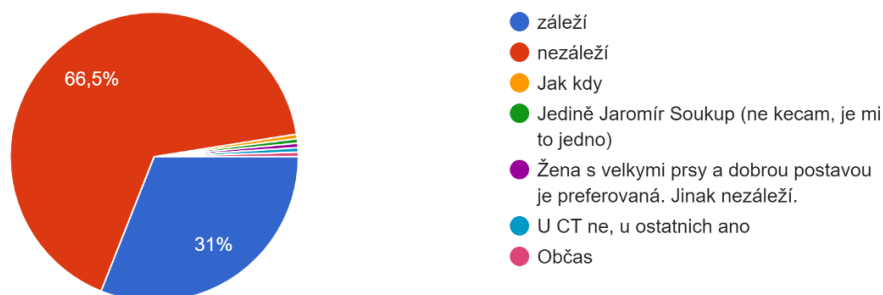
FTV Prima a hodnocení jejího zpravodajství bylo hodnoceno následovně: 1 – 1 % lidí, 2 – 15 % lidí, 3 – 23 % respondentů, 4 – 22 % lidí, 5 – 8,5 % a 30,5 % z dotazovaných zpravodajství vůbec nesleduje. TV Barrandov získala známky od 1 % lidí známku 1, od 1,5 % respondentů známku 2, od 4,5 % lidí známku 3, známku 4 potom od 8 % diváků a známku 5 od 27,5 % respondentů. 57,5 % účastníků výzkumu přehled aktuálního dění na TV Barrandov nesleduje.

Respondenti byli dotazováni, z jakých důvodů televizní zpravodajství sledují. Pro 88 % lidí je to hlavní přehled aktuálního dění, pro 15 % zároveň rutinní záležitost, 12 % z dotázaných tak má většinou zpravodajství zapnuté jako kulisu.

Po úvodním kole otázek zaměřené spíše na zpravodajství celkově se další otázky již zaměřily na moderátory. Především, zda vnímají moderátora podle osobnosti a jakou důležitost při svém rozhodování při sledování zpravodajství právě moderátorovi přisuzují. Odpovědi lze vidět v příloženém grafu. Pro 66,5 % diváků není rozhodující, kdo zpravodajskou relaci uvádí. 31 % lidí tomu přidává důležitost. U tří procent respondentů byla odpověď doplněná slovy „občas“ nebo „jak kdy“, viz obrázek níže.

Záleží Vám na tom, kdo zprávy uvádí (přímo konkrétní osobnost)?

200 odpovědí

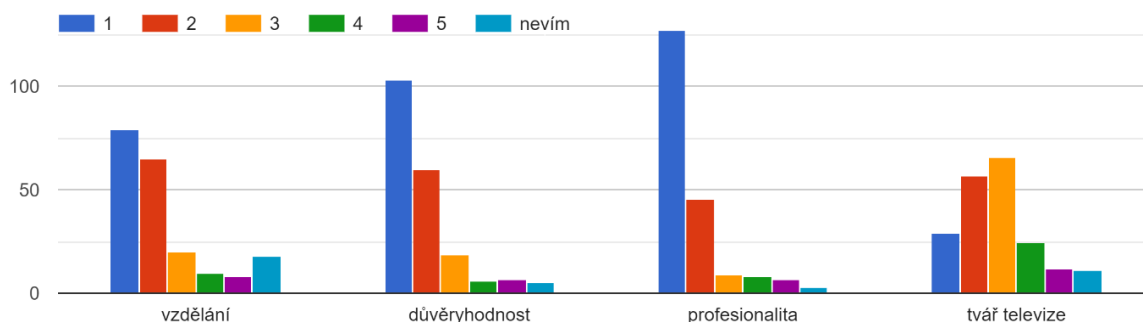


Obrázek 3

To, zdali respondenti vnímají rozdíl mezi moderátorskými výstupy komerční televize a veřejnoprávní zkoumala další otázka. 83 % respondentů vyjádřilo souhlas s tímto tvrzením. Proti bylo 6,5 % a svou odpověď si nebylo jisto 20 % respondentů, zvolilo tedy odpověď „nevím“.

Co se týče předností silných stránek moderátorů mohli respondenti volit z následujících možností – vzdělání, důvěryhodnost, profesionalita, tvář televize. Tyto odpovědi byli hodnoceny známkami jako ve škole, tedy od nejlepší jedničky po nejhorší pětku. V první řadě byli hodnoceni moderátoři veřejnoprávní televize. U respondentů budí největší důvěru jednoznačně profesionalita, poté to byla důvěryhodnost. Více už byly hlasy rozloženy u odpovědi vzdělání. Průzkum ukázal, že moderátor tváří České televize primárně není, viz obrázek č. 4.

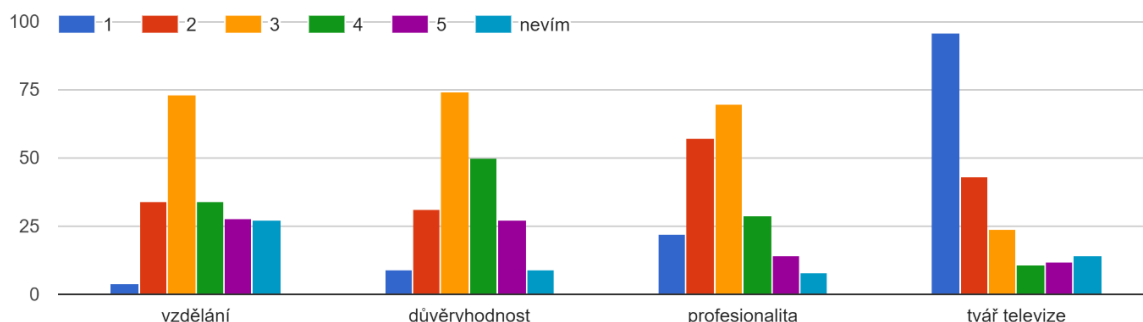
Určete, jaké jsou podle Vás přednosti moderátorů veřejnoprávní televize (Česká televize)? (1-vysoké, 5-nízké)



Obrázek 4: Odpovědi respondentů – přednosti moderátorů veřejnoprávní televize

Stejně přednosti byly zkoumány i u moderátorů TV Nova s tentýž způsobem hodnocení. Jednoznačně je moderátor pro diváky televizního zpravodajství „tváří televize“. Velice vyrovnané byly potom už ostatní odpovědi, nicméně lidé hodnotí moderátory TV Novy jako profesionální. V dalším pořadí je důvěryhodnost a vzdělání moderátorů diváci hodnotili průměrně, největší počet ale také získala možnost odpovědi „nevím“, tedy diváci si nejsou jistí vzděláním moderátorů. Podrobnější přehled lze nalézt v grafu č. 3.

Určete, jaké jsou podle Vás přednosti moderátorů komerční televize (TV Nova)? (1-vysoké, 5-nízké)



Obrázek 5: Odpovědi respondentů – přednosti moderátorů komerční televize

Dotazníkové šetření bylo také mimo jiné koncipováno pro zjištění hlavní funkce moderátora televizního zpravodajství, které mu přisuzuje publikum. 93,5 % lidí uvedlo, že

uvádí přehled aktuálního dění. Podle 81 % má být důvěryhodný, podle 71 % respondentů má dělat rozhovory s hosty a odborníky. 27 % lidí mu přisuzuje funkci průvodce pořadu, bez podílu na obsahu. Podle 17 % lidí má moderátor zprávy emočně prožívat a přizpůsobovat se obsahu, pro 9,5 % respondentů má vypadat hezky, aby se lidem zprávy lépe sledovali. 7 % diváků zvolilo odpověď, že o moderátora ve zpravodajství nejde, a podle 5 % má být vtipný.

Vcelku jednoznačné odpovědi respondenti zvolili v problematice moderátora jako společensky odpovědným vůči publiku. Což především znamená odpovědnost moderátora a plnění jisté sociální role na televizních obrazovkách. Se společenskou zodpovědností souhlasilo 89,5 % lidí. 10,5 % takto roli moderátora vůbec nevnímá. Zde je potenciální prostor pro další výzkumy, a tedy zkoumat i ty, jakým způsobem by se mohly účinky moderátora na publikum projevit.

V otázce profesionálních vlastností moderátora je pozornost zaměřena na profesionalitu, pod kterou si lze představit serióznost, rozhled, přehled v tématu, výřečnost a pohotovost. Tento předpoklad zvolilo 90,5 % respondentů a obdržel tak co nejvíce „hlasů“. Dále to je důvěryhodnost, jenž zahrnuje objektivitu a „zdravý“ přístup k profesi. Získala 85 % odpovědí. Další vlastností je vzdělanost, která kromě vzdělání obsahuje i znalost tématu a schopnost pro formulace jasných myšlenek a otázek. Touto vlastností si jsou respondenti už méně jistí, v průzkumu získala 62,5 %. Za méně důležité považují fyzický vzhled s 20,5 a přesvědčivost s 21 %, která v sobě skýtá upřímnost, emoce, kognitivní a etické vlastnosti a vlastní nebo získané informace o konkrétním tématu. 36,6 % respondentů zvolilo sebejistotu, tedy asertivní přístup.

Dále se průzkum týkal také vlastností, ale charakterových. Mezi uvedené patří sympatie, jenž se vyznačují především atraktivitou, přitažlivostí, názory i postoji. Tuto vlastnost volilo 36,5 respondentů. Dále to je přirozenost, tedy schopnost přirozené komunikace, ať už kladení otázek, vhodné chování, přirozený postoj a gesta nebo volba slov. Přirozenost vybralo 87,5 % diváků. Podle 69 % lidí by měl moderátor měl mít i příjemný hlas, tedy barvu hlasu. Na upravenost, tedy oblečení a make-up, dbá pouze 12 % diváků. Pro shrnutí lze vybrat nejdůležitější vlastnosti, kterými by měl moderátor disponovat. Je to přirozenost, profesionalita, důvěryhodnost a příjemný hlas.

Otázka, která vyvolala rozporuplné názory se týkala vzdělání v oboru. Respondenti měli na výběr odpovědi – „je důležité, aby byl moderátor/ka vzdělaný,“ „stačí, když má nadání a

talent“ nebo „mělo by být oboje.“ První možnost, tedy vzdělání, vybralo 12,5 % lidí. Nadání a talent zase 26 % diváků. 59 % lidí si myslí, že by moderátor nebo moderátorka měla disponovat všemi uvedenými prostředky. Objevily se ale také odpovědi, že na „vzdělání nezáleží“, nebo „vzdělání je fajn, ale volil bych spíše přirozenou inteligenci“. Další doplňkovou odpovědí bylo „pokud moderuje večerní zpravodajství, tak vzdělání není důležité tolik jako projev“ a dalším názorem bylo, že „vzdělání moderátorů obvykle není komunikováno,“ tudíž divák většinou netuší jeho původ a prostředí, ze kterého pochází. S čímž autorka souhlasí.

Nicméně vzdělání moderátorů je podle respondentů důležité pro všeobecný přehled, také jako předpoklad důvěryhodnosti nebo orientace v širokém spektru témat, které samotnému moderátorovi pomohou „v lepším podání zprávy, v případě otázek lépe reaguje vůči respondentovi.“ Účastník průzkumu dodává příklad pořadu Události, kdy při živém vysílání je moderátor se vzděláním schopný reagovat pohotově a sebevědomě.

Další respondenti uvádějí, že vzdělání je předpokladem věcného a přesného reagování, nebo interpretace informací bez zkreslení. Dle další odpovědi, „pokud moderátor nechce být jen hláskou troubou, je zapotřebí, aby mohl při případném rozhovoru s nějakou osobností reagovat a pokládat správné otázky, případně respondenta upozornit, když nemluví faktickou pravdu.“ Moderátor je přirovnáván i k jiným profesím, kdy dle respondenta by vzděláním v oboru měl projít, jelikož „člověk by neměl dělat práci, které nerozumí.“ Jiná interpretace byla „v každém oboru je důležitý kvalitní teoretický základ, na kterém se staví dále.“ Další respondent navrhuje vzdělání alespoň dvouoborové – „žurnalistika a k tomu např. sociologie, politologie, ekonomie...“

Další respondent uvedl, že není nutné, aby se jednalo přímo o specializaci v oboru, ale o právě zmiňovaný všeobecný základ, který pramení z možnosti „rychlejšího otevření jiných cest k poznání daného oboru v porovnání se samostudiem“. Také je důležité kritické myšlení, které moderátorovi pomáhá v objektivitě a v získání logického rámce při předávání informací publiku. Vzdělání může moderátorovi pomoci k „získání celkového přehledu i co se zpravodajské etiky týče“, moderátor má potom i větší vztah k oboru. Důležité jsou ale i jazykové kompetence, rétorika a schopnost argumentace. Dále vzdělání může navést moderátora k logice úsudku a výpovědi.

Jsou i ale takové názory, které zastávají pouze formu kurzů a školení, které k vykonávání profese stačí. Také, že vzdělání není důležité a nezaručuje úspěšnost v oboru.

Jeden respondent uvedl význam vzdělání z důvodu ovlivňování masy obyvatel, tedy moderátor by si měl být vědom tohoto závazku a současně i televizní společnosti by měla volit zodpovědné osobnosti s nejvyššími předpoklady pro tuto činnost. Pro jiného respondenta je důležité, aby si byl moderátor vědom, co představuje a jakou sílu má ovlivnění veřejného diskurzu. „Nevzdělaný člověk pouze papouškuje zprávy, nemá přehled, není profesionál,“ uvádí názor jednoho z dotázaných.

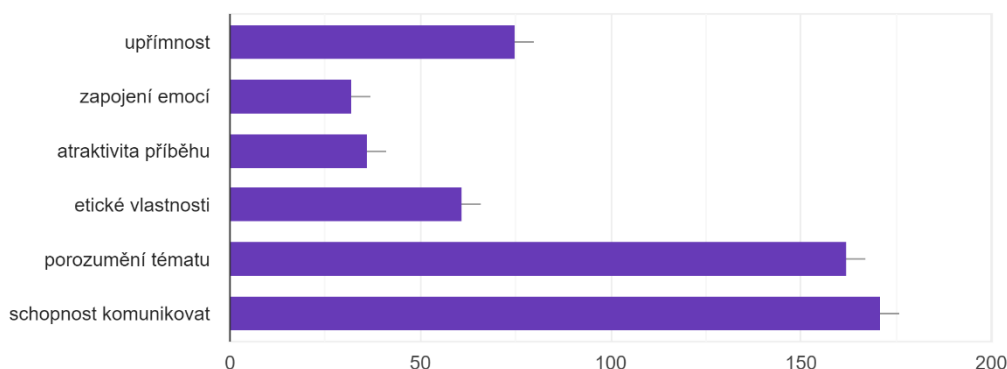
Dalším faktorem je podle respondentů zkušenost s prací moderátora či redaktora a práce s informacemi, od výběru, prezentace nebo hledání souvislostí mezi jednotlivými událostmi a předkládání závěrů, ke kterým by publikum samo třeba nedošlo. Zároveň autor výpovědi dodává, že není jenom jedna pravda, kterou by měl moderátor poskytnout, ale měl by prezentovat více úhlů pohledu.

V této předešlé otázce se zvedla debata o vzdělání moderátorů a jeho důležitosti. Autorka si myslí, že tato debata je důležitá přesně proto, že určité skupiny lidí vidí jiný způsob pojetí moderátorské role a jeho vlivu ve společnosti.

Nyní se téma přesouvá k projevu moderátora či moderátorky. Respondenti uvedli, že největší váhu přisuzují jazykové správnosti, volbě slov a skladbě vět, a to s 89 %. Dále si 71 % lidí všímá postoje a gestiky. Téměř polovina respondentů se zaměřuje na to, jak moderátor vypadá a jaké má oblečení (48,5 %). Další výraznější faktor je užívání pomůcek pro čtení zpráv, jako jsou tablet, papír nebo počítač (24,5 %). Ale 18,5 % lidí si pouze všímá toho, co moderátor říká a o jakých tématech mluví. 1,5 % diváků se nerozptyluje ničím a nevšímají si ničeho u moderátorského vstupu.

K projevu moderátora se vázala i další otázka, jenž pracovala s různými faktory pro přesvědčivý výstup. Respondenti nejvíce zvolili faktor „schopnost komunikovat“ (85,5 %), dále „porozumění tématu“ (81 %). Se značným odstupem následovalo kritéria „upřímnosti“ (37,5 %) a „etických vlastností“ (30,5 %) a jako nejméně podstatné respondenti vyhodnotili pro přesvědčivou prezentaci „atraktivitu příběhu“ s 18 % odpovědí a „zapojení emocí“ s 16 %.

Co jsou hlavní kritéria pro přesvědčivý výstup moderátora/ky? (Vyberte max. 3 odpovědi.)
200 odpovědí



Obrázek 6: Přesvědčivost moderátora

Na to, zdali je vzhled pro diváky TV zpravodajství důležitý, se soustředila další otázka. 46,5 % respondentů odpovědělo, že ano. 48 % odpovědělo ne. Po bližším rozboru odpovědí respondentů se ukázalo, že vzhled je důležitý hlavně pro ženy, které s touto otázkou souhlasily s podílem 31 %, muži potom s 15 %. Proti důležitosti vzhledu bylo 29 % žen a 18,5 % mužů. Zajímavé je, že tento vyrovnaný rozkol v názoru žen, zda je vzhled důležitý či nikoli, se odehrával ve věkové kategorii 21-30 let. 17 % žen bylo jednoznačně pro důležitost, 19 % žen bylo proti. U mužů byly v této kategorii naopak největší rozdíly, kdy pro důležitost vzhledu u moderátorů bylo pouhých 6,5 % mužů, zatímco proti 11 % mužů.

Dalších 6,5 % respondentů odpovídalo různě, například „vzhled důležitý není, ale je to bonus,“ „profesionalita je nutná i co se vzhledu týče, moderátor musí být upraven,“ dále „důležité je spíš pouze oblečení, nedokážu si představit moderátora v teplákách.“ Další odpovědi byly „moderátorka musí být upravená, ale není nutné, aby to byla modelka“ nebo „vzhled pro mě není prioritou, pokud je dobrý ve své práci, ale hraje určitě velkou roli.“ Jeden z respondentů svou odpověď shrnul „je příjemné, pokud moderátor/ka vypadá esteticky pěkně a určitě více zaujme, ale neřekla bych, že je to až tolik podstatné.“

Je pro Vás vzhled moderátora/ky důležitý?
200 odpovědí



Obrázek 7: Vzhled moderátora

Z hlediska demografického nesouhlasí s důležitostí vzhledu ženy z Prahy (9,5 % ze všech odpovědí), dále ženy z obcí o populaci menší než 1 000 obyvatel (5,5 %) nebo muži z měst o velikosti 10 001-20 000 obyvatel (5,5 %). S důležitostí vzhledu nejvíce souhlasí ženy z obcí o 1 000-10 000 obyvateli (6,5 %).

Následující otázky se týkaly image moderátora, tedy zdali je moderátor spojený s televizí a zdali je její tvář. S tímto tvrzením souhlasilo 47,2 % respondentů, 48,7 % bylo proti. Další odpovědi byli od účastníků průzkumu doplněny ve znění jako „jak kdy,“ „jak kde,“ „ne vždy,“ „spíše ano,“ jedna odpověď zněla „jen v komerčním zpravodajství.“ Co se opět týče sociodemografického rozboru této otázky, nejvíce jasno s odpovědí ne měli muži ve věku 21-30 let (12,5 %), u žen byla tato odpověď rovněž nejvíce zaznamenána ve stejné věkové kategorii (19 %). Také odpověď ne zvolily s velkým rozdílem ženy ve věku 31-40 let (4,5 %). Naopak s tímto tvrzením souhlasilo 17,5 % žen ve věku 21-30 let, stejně tak jako 5,5 % mužů v této kategorii, a 10,5 % žen ve věku 18-20 let. Odpovědi u obou kategorií byly ale velice vyrovnané. S tvrzením, že moderátor je tvář televize nesouhlasilo 17,5 % mužů, souhlasilo 16,5 % mužů. U žen byl poměr 30,6 % pro odpověď „ne“ a 30,1 % pro „ano“.

Podle demografických údajů nejjednoznačnější rozdíly v odpovědích jsou v případě mužů i žen s bydlištěm v Praze, kdy odpověď „ne“ zvolilo 10 % žen (v kontrastu s 4,5 % žen z Prahy) a 5,5 % mužů (oproti 1 % mužů se stejným bydlištěm). Viditelný rozdíl lze nalézt také u mužů z obcí s počtem 1 001-10 000 obyvatel, kdy moderátora jako tvář televize vidí 5 % oproti nesouhlasu 2,5 % mužů. Ve zbývajících demografických skupinách byl poměr odpovědí velmi vyrovnaný, lišily se pouze o jeden či dva hlasy.

Jelikož je moderátor veřejně známá osobnost a působí na obrazovkách určité televizní společnosti, je ve výzkumu položena i otázka na úlohu moderátora ve veřejném dění, a tedy jeho vlastní sebezprezentaci prostřednictvím například sociálních médií nebo jiných pořadů a akcí. Ovšem 82,5 % respondentů tuto nutnost a důležitost nevidí, pouze tedy zbylých 17,5 %. Z další otázky si 70,5 % diváků myslí, že moderátor nemusí být nikde vidět. Vyrovnané byly možnosti výskytu moderátora na jiných akcích jakožto moderátor mimo televizní zpravodajství (22 %) nebo pohybovat se na sociálních sítích, konkrétně na Facebooku nebo Instagramu (21 % lidí). Jeden respondent doplnil sociální síť Twitter vhodnou k veřejné osobní prezentaci moderátora. Dále si 13,5 % lidí myslí, že by měl být moderátor TV zpravodajství viděn na veřejnosti, případně vystupovat v jiném pořadu v televizi daného zaměstnavatele (5,5 %).

Na závěr dotazníkového šetření mohli respondenti bez možnosti výběru napsat, kdo je pro ně „moderátorská hvězda“ jak na Televizi Nova, tak v České televizi. V případě TV Nova se nejvíce objevilo jméno Lucie Borhyové v počtu 115 hlasů a Rey Korantenga s 81 hlasy. Jeden respondent dokonce napsal, že právě tuto dvojici vnímá jako jednu osobu, což svědčí o jejich dlouholetosti na obrazovkách TV Nova. Další odpovědí byla Inna Puhájková, což je moderátorka Sportovních novin.

S moderátory ČT to tak jednoznačné nebylo. Respondenti dohromady zmínili 15 moderátorů České televize. Nejvíce se v políčku odpovědi objevila Marcela Augustová, a to 34krát. 24 respondentů uvedlo Jakuba Železného. Dále to byla Daniela Písařovicová (13 hlasů), Světlana Witovská (10 hlasů). Z pořadu Události se objevil i Michal Kubal (7 respondentů), Martin Řezníček se 4 hlasy. Z dalších moderátorů mimo hlavní zpravodajskou relaci to jsou Daniel Stach (Hyde Park Civilizace, Věda 24), kterého zmínilo 30 respondentů, Daniel Takáč s dvěma hlasy (Interview ČT24), Václav Moravec (Otázky Václava Moravce), dále sportovní moderátor Robert Záruba se v anketě objevil celkem 7krát. Linda Bartošová (Horizont ČT24, Zprávy) nebo Nora Fridrichová (168 hodin) byly zmíněny každá třikrát. Respondenti zahrnuli do odpovědi i bývalé moderátory ČT jako je Jolana Voldánová, Daniela Drtinová nebo Martin Veselovský.

7.3 Závěr dotazníkového šetření

Zpravodajství České televize sleduje 88 % z dotazovaných lidí, diváků Televize Nova je 46 %. Pro většinu respondentů je TV zpravodajství především prostředkem přehledu aktuálního dění. Pro 66,4 % dotazovaných není ale rozhodující, kdo zpravodajskou relaci

uvádí. Oproti 31 % lidí, pro které je to podstatný faktor.

Viditelné rozdíly mezi moderátory komerční a veřejnoprávní televize uvádí 83 % respondentů. Mezi největší přednosti moderátorů veřejnoprávní televize patří podle respondentů výzkumu profesionalita, poté důvěryhodnost. Stejná otázka se zaměřovala na moderátory komerční televize, které publikum především vidí jako "tvář televize".

89,5 % respondentů moderátory vnímá jako společensky odpovědnými vůči publiku, diváci jim tedy přisuzují jistou sociální roli. 10,5 % lidí ale tak moderátory nevnímá.

Mezi profesionálními vlastnostmi, respondenti přisuzují moderátorům především profesionalitu, důvěryhodnost a vzdělanost. Nejčastější charakterovou vlastností byla zejména přirozenost, příjemný hlas, ale i sympatie.

Vzdělání moderátorů vyvolalo mezi publikem rozporuplné odpovědi. Kromě vzdělání v oboru by měl mít moderátor také nadání pro moderátorskou činnost, s čímž souhlasilo 59 % respondentů. Pro samotné vzdělání bylo potom 12,5 % respondentů, 26 % lidí uvedlo, že důležitější je nadání a talent.

U projevu moderátorů si respondenti nejvíce všímají jazykové správnosti, postoje a gest. Neopomínají ani vzhled, tedy oblečení. Pro přesvědčivý výstup má moderátor nejvíce ovládat schopnost komunikovat a rozumět tématu.

Samotný vzhled moderátora je pro 48 % nedůležitý. Pro 46,5 % ano. Respondenti také dodávali, že vzhled není až tak důležitý, především je to upravenost. Další velmi vyrovnaná otázka se týkala image moderátora, tedy zdali je tvář televize. Souhlasilo 47 % respondentů, 49 % bylo proti.

Závěr průzkumu se týkal oblíbenosti moderátorů, tedy, zdali jsou si lidé schopni vybavit moderátora charakteristického pro danou televizi. Za Televizi Nova byla jednoznačně volena Lucie Borhyová, následoval jí Rey Koranteng. Moderátoři České televize neměli tak jednoznačné vítěze. Nejvíce bodů obdržela Marcela Augustová v počtu 34 hlasů. Lucie Borhyová ale přitom 115.

Průzkum ukázal, že jsou moderátoři velmi vnímanou složkou televizního zpravodajství. Zároveň jsou zde cítit rozdíly mezi komerčními televizí a veřejnoprávní. Publikum si uvědomuje vlastnosti moderátora a jeho funkci a odlišností jeho působení v konkrétní televizi.

Závěr

Závěr této diplomové práce se věnuje shrnutí výzkumných otázek. Práce poskytla komplexní náhled na projevy moderátorů zpravodajských relací komerční televize TV Nova a veřejnoprávní České televize. Hlavní rozdíly mezi moderátory těchto televizí plynou z emocí a neverbální komunikace, používaných formulací, způsoby vedení rozhovoru. Podstatným faktorem je to, že moderátor veřejné služby, tedy pořadu Události, se podílí přímo na zpravodajské relaci. Není pouze tváří obsahu, je i jejím tvůrcem. V relaci Události je mu věnován prostor až 30 %, v komerční televizi v pořadu Televizní noviny je tento podíl pouze 17 %. Moderátoři komerční zpravodajství hojně využívají ve svém obsahu emoce, pracují s mimikou, gestikulací, také s intonací. Jejich projevy vůči divákům jsou intenzivnější, snaží si s diváky vytvářet určité sympatie. Moderátoři veřejnoprávní televize více pracují s neutralitou, tedy bez užívání přehnaných emocí, což podporuje jejich objektivitu, jakožto jeden ze základních zpravodajských požadavků.

Osobnost moderátora je důležitým faktorem zejména pro komerční televize, která moderátory využívá jakožto svou tvář, stojí tedy v čele relace a vyskytuje se i v jiných pořadech televize. Moderátor hraje ve zpravodajské relaci důležitou roli, kromě toho, že je nositelem zpráv, vytváří dojem na sledující publikum.

Mezi hodnoty moderátorů pořadu Televizní noviny komerční televize TV Nova patří image, tedy jsou tvář televize, dle publika jsou ale i důvěryhodní a působí profesionálně, avšak méně než moderátoři televize veřejné služby.

Čtvrtá výzkumná otázka se potýká s hodnotami moderátorů zpravodajského pořadu České televize Události. Hodnoty moderátorů dle získaných dat odpovídají především profesionalitě, objektivitě a důvěryhodnosti. Moderátoři pořadu Události jsou také více neutrální vůči projevům emocí než moderátoři Televizních novin.

Summary

The conclusion of this diploma thesis is devoted to a summary of research questions. The work provided a comprehensive insight into the speeches of the anchors of the news programs of the commercial television TV Nova and the public Česká Televize (Czech Television). The main differences between the anchorman of these televisions come from the emotions and nonverbal communication, the formulations used, the ways of conducting the conversation. An important factor is that the anchorman of the public service

(Udalosti), participates directly in the news program. He is not only the face of the broadcast; he is also its creator. In public TV he creates up to 30% of the content, and only 17% on commercial television in the Televizní noviny program.

The news anchorman of commercial news makes extensive use of emotions in his content, he works with facial expressions, gestures, and with intonation. The speeches to the audience are more intense, they try to create some sympathy with the audience. Public television presenters work more with neutrality without the use of exaggerated emotions, which supports their objectivity as one of the basic news requirements.

The personality of the anchorman is an important factor especially for commercial television, which uses anchorman as its face, it stands at the head of the session and appears in other television programs. The news anchorman plays an important role in the news session, in addition to be the bearer of the news, he creates the impression of the watching audience.

Among the values of the news anchorman/woman of the commercial Televizni noviny broadcast program is the image, they are the face of television. According to the audience, they are also trustworthy and professional, but less than the anchormen of public service television.

The fourth research question deals with the values of the news anchormen of the Udalosti program. According to the obtained data, the values of news anchormen correspond mainly to professionalism, objectivity, and credibility. The moderators of the Udalosti program are also more neutral to expressions of emotions than the moderators of Televizní noviny.

Použitá literatura

- [AUST, Ondřej. Novou tváří zpravodajství televize Nova bývalá miss Iveta Lutovská-Vítová. Mediář [online]. 2.8.2012 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/novou-tvari-zpravodajstvi-televize-nova-byvala-miss-iveta-lutovska-vitova/>]
- [BARNAS, Frank. Broadcast News: Writing, reporting and producing. 6. vydání. New York and London: Focal Press, 2013. ISBN 978-0-240-82465-9.]
- [BĚLEŠOVÁ, Veronika. 23. března 2014 - Televizní noviny prošly revolucí. Mediator1 [online]. 20.3.2020 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <http://mediator1.upmedia.cz/2020/03/23/23-brezna-2014-televizni-noviny-prosly-revoluci/>]
- [BUČEK, Jaroslav. Moderátor v televízii ako důležitý informačný subjekt a objekt záujmu respondentu. CIVILIA: odborná revue pro didaktiku společenských věd [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 4(1), 37-55 [cit. 2020-04-17].
- [CONWAY, Mike, Ph.D. (2007) A Guest in Our Living Room: The Television Newscaster Before the Rise of the Dominant Anchor, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 51:3, 457-478, DOI: 10.1080/08838150701457529]
- [CUNHA, Darlena. Reporters vs. Anchors. Work - Chron.com [online]. [cit. 2020-01-20]. Dostupné z: <https://work.chron.com/reporters-vs-anchors-6585.html>]
- [ČMEJRKOVÁ, Světlá, Martin HAVLÍK, Jana HOFFMANOVÁ, Olga MÜLLEROVÁ a Jiří ZEMAN. Styl mediálních dialogů. Praha: Academia, 2013. ISBN 978-80-200-2667-7.]
- [ČST v datech: Československá televize [online]. [cit. 2020-01-30]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/cst-v-datech/>]
- [ČTK. ČT prodloužila Události, večer začíná až ve 20.10. Mediář [online]. 2020 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/ct-prodlouzila-udalosti-vecer-zacina-az-ve-20-10/>]
- [Daniela Písařovicová. Česká televize [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/sluzby/lidect/karta.php?link=daniela-pisarovicova>]
- [DOČEKALOVÁ, Martina. Tvůrčí psaní pro každého. Grada, 2006. ISBN 80-247-1602-X.]
- [GUGEL, Craig T. TV NEWS ANCHOR BRAND DIFFERENTIATION: FOX NEWS' MEGYN KELLY AND MSNBC'S RACHEL MADDOW. State University of New York, 2016. Thesis. Empire State College.]
- [HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. Slovník žurnalistiky: Výklad pojmů a teorie oboru. Praha: Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3752-5.]
- [HLAVÁČ, Tomáš. Martin Pouva. Mediator1 [online]. 2.12.2017 [cit. 2020-05-09].

Dostupné z: <http://mediator1.upmedia.cz/slovnicek/martin-pouva/>

[HURTÍKOVÁ, Hana. Framing televizního zpravodajství a jeho účinek na formování politických postojů veřejnosti: případová studie pádu vlády Mirka Topolánka v roce 2009. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2016. ISBN 978-80-7325-400-1.]

[IPrima: Historie společnosti [online]. [cit. 2020-01-30]. Dostupné z: <https://www.iprima.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti>]

[IYENGAR, Shanto. Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues. The University of Chicago Press, 1991. ISBN 0-226-38854-9.]

[JACOBS, Laura, Cecil MEEUSEN a Leen D'HAENENS. News coverage and attitudes on immigration: Public and commercial television news compared. European Journal of Communication [online]. University of Leuven, Belgium, 2016, 642-660 [cit. 2020-03-23]. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323116669456>.]

[Jakub Železný. Česká televize [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/jakub-zelezny/>]

[JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbora. Masová média. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.]

[JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. 2. vydání. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.]

[JURÁŠKOVÁ, Olga, Pavel HORŇÁK a kolektiv. Velký slovník marketingových komunikací. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4354-7.]

[KADLEČÍKOVÁ, Nela. Lucie Borhyová. Mediator1 [online]. 2.12.2017 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <http://mediator1.upmedia.cz/slovnicek/lucie-borhyova-2/>]

[KELLER, Jan. Úvod do sociologie. Vydání čtvrté, rozšířené. Praha: SLON, 1997. ISBN 80-85850-25-7.]

[Kodex ČT: Čl. 5 Péče o informace ve zpravodajství a aktuální publicistice. Česká televize [online]. [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-5-pece-o-informace-ve-zpravodajstvi-a-aktualni-publicistice/>]

[Kristina Kloubková. FBd.cz [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.fbd.cz/lidi-zivotopis-biografie/121610-kristina-kloubkova.html>]

[KUNCZIK, Michael. Základy masové komunikace. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.]

[LAPČÍK, Marek. Televizní zpravodajství jako paradox: jak (ne)rozumět zpravodajství I. Olomouc: Centrum kulturních, mediálních a komunikačních studií při FF UP, 2012. ISBN 978-80-244-3326-4.]

[LIN, T. T.C. (2014). Changes of journalistic practices and workflow in integrated television newsrooms: A multiple case study of early adopters in Taiwan. Journal of Communications Management. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/262077589_Changes_of_journalistic_practices_and_workflow_in_integrated_television_newsrooms_A_multiple_case_study_of_early_adopters_in_Taiwan]

[MALETÍNSKÝ, Václav. Televize a její historie. ForMen [online]. Mladá fronta, 2011 [cit. 2020-04-08]. DOI: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>]

[MANCINI, Paolo. Simulated Interaction: How the Television Journalist Speaks [online]. 1988 [cit. 2020-01-20]. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323188003002003>.]

[Marcela Augustová. Česká televize [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/marcela-augustova/>]

[MARLANE, Judith. Women in Television News Revisited: Into the Twenty-first Century. Austin, TX: University of Texas Press, 1999. ISBN 0-292-75228-8.]

[Martin Řezníček. Česká televize [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/martin-reznicek-2/>]

[Martin Řezníček. Argo.cz [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://argo.cz/autori/reznicek-martin/>]

[MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5]

[MCROBBIE, Angela. Aktuální témata kulturních studií. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-156-5. Dostupné také z: <https://kramerius-vs.nkp.cz/uuid/uuid:982a6ab0-b625-11e5-b770-5ef3fc9ae867>]

[MELTZER, Kimberley. Anchors and Television Presenters [online]. Marymount University, USA: John Wiley, 2019 [cit. 2020-01-26]. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0250>.]

[Michal Kubal. Česká televize [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/michal-kubal/>]

[Michal Kubal. ČBDB.cz [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.cbdb.cz/autor-35166-michal-kubal>]

[Nova Group: Kdo jsme [online]. [cit. 2020-01-30]. Dostupné z: <https://www.novagroup.cz/kdo-jsme/profil>]

[Nové tváře Událostí Jakub Železný a Aneta Savarová. Česká televize [online]. 29.2.2012 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1187893-nove-tvare-udalosti-jakub-zelezny-a-aneta-savarova>]

[NOVOTNÝ, Michal. Moderátor [online]. 15.5.2003 [cit. 2020-01-18]. Dostupné z: <https://region.rozhlas.cz/moderator-7284788>]

[OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. Zpravodajství v médiích. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.]

[Prehistorie: Československá televize [online]. [cit. 2020-01-30]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/prehistorie/>]

[POLÁK, Lukáš. Počet domácností vybavených televizory s vysokým rozlišením vzrostl na 62 procent [online]. 2018 [cit. 2020-01-30]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/pocet-domacnosti-vybavenych-televizory-s-vysokym-rozlisenim-vzrostl-na-62-7213049>]

[POLÁK, Lukáš. Nová dvojice Televizních novin na Nově: Kristina Kloubková a Martin Pouva. Lupa.cz [online]. 7.10.2014 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/nova-dvojice-televiznich-novin-na-nove-kristina-kloubkova-a-martin-pouva/>]

[POTŮČEK, Jan. Další moderátorský přesun na Nově: Iveta Vítová v Poledních Televizních novinách. Lupa.cz [online]. 17.10.2012 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/dalsi-moderatorcky-presun-na-nove-iveta-vitova-v-polednich-televiznich-novinach/>]

[SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.]

[Světlana Witowská. Česká televize [online]. [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/svetlana-witowska/>]

[Šámal: Nejtěžší bude udržet kvalitu nových Událostí. Česká televize [online]. 31.3.2012 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1181376-samal-nejtezsi-bude-udrzet-kvalitu-novych-udalosti>]

[ŠICOVÁ, Zuzana. Existuje u nás ještě zpravodajství veřejné služby? Události versus Televizní noviny – komparace vybraných obsahových a formálních prvků zpravodajských relací. Brno, 2009. Bakalářská práce. Masarykova univerzita.]

[TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.]

[VÁGNER, Ivan. Televizní zprávy - psychický nátlak?. Praha: Argo, 1997. ISBN 80-7203-180-0]

[VOCHOCOVÁ, Lenka. Ženy (a muži) ve zpravodajských redakcích: Mediální instituce pohledem genderových mediálních studií. Praha: Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4284-0.]

[VYMĚTAL, Jan. Průvodce úspěšnou komunikací efektivní komunikace v praxi. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.]

[WEIBEL,, David, Ph.D., Bartholomäus Wissmath Ph.D. & Rudolf Groner Ph.D. (2008) How Gender and Age Affect Newscasters' Credibility—An Investigation in Switzerland, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52:3, 466-484, DOI: 10.1080/08838150802205801]

[ZÁHORA, Vojtěch. Rey Koranteng. Mediator1 [online]. 2.12.2017 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <http://mediator1.upmedia.cz/slovnicek/rey-koranteng/>]


[Zákon č. 231/2001 Sb.: Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů [online]. 2001 [cit. 2020-01-18]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>]

[ZANGANA, A. (2017). The impact of new technology on the news production process in the newsroom. University of Liverpool. Dostupné z: <https://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.733815>]

[ZÁZVORKA, Jiří. Nova stáhla z obrazovky sportáka Tittlebacha. Po 18 letech. Týden.cz [online]. 24.4.2012 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/media/nova-stahla-z-obrazovky-sportaka-tittelbacha-po-18-letech_232356.html]

[ZUNOVÁ, Andrea. Světlana Witowská: Právníké vzdělání mi bylo vždycky k dobru. Novinky.cz [online]. 4.11.2019 [cit. 2020-05-09]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/svetlana-witowska-pravnicke-vzdelani-mi-bylo-vzdycky-k-dobru-40301148>]

Teze Diplomové práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: <i>Baráková Tereza</i>	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: <i>2018</i>	
E-mail diplomantky/diplomanta: <i>terbarakova@gmail.com</i>	
Studijní obor/forma studia: <i>Mediaální studia/prezenční forma</i>	
Předpokládaný název práce v češtině: <i>Role moderátora televizního zpravodajství. Komparativní analýza veřejnoprávní a komerční televize</i>	
Předpokládaný název práce v angličtině: <i>The Role of The TV News Anchorman/woman. The Comparative Analysis Between Public and Commercial Television</i>	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) <i>LS 2019/2020</i>	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Role moderátora má značný vliv na vyznění zpráv vůči publiku. Rozhoduje volba slov, verbální i neverbální komunikace, zkušenost moderátora, jeho chování i postoje. Rozdílem potom může být i původ televize, tedy veřejnoprávní nebo komerční.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem diplomové práce je objasnění role moderátora ve vybraných televizních zpravodajských relacích, konkrétně ČT24, TV Nova a TV Barrandov, a najít rozdíly v jeho roli ve vysílání veřejnoprávní a komerční televize. Výzkum bude prováděn i mezi publikem zpravodajských pořadů především z důvodu porovnání a především zjištění, jestli a jakým způsobem může moderátor ovlivnit vyznění zpráv. Obsahová analýza zpravodajských televizních pořadů a jejich následná komparace má za cíl rozebrat jednotlivé rysy práce moderátora.	
VO a hypotézy: Ovlivňuje image moderátora popularitu pořadu? / Je image pořadu spojena s osobností moderátora? Jak může moderátor ovlivnit diváky svými postoji a chováním? Jakým způsobem může vyjadřování a osobnost moderátora ovlivnit vyznění zpráv? Jaké jsou zpravodajské hodnoty jednotlivých zpravodajských pořadů? Jaké jsou shody a rozdíly ve zpravodajství veřejné služby a komerční televize?	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod – zdůvodnění výběru tématu 2. Televize a televizní zpravodajství – historie TV, stručná historie zpravodajství a současnost, technický vývoj, role ve zpravodajství 3. Moderátor a jeho role – vymezení pojmů, verbální a neverbální komunikace, psychologická hlediska 4. Metodologie a výzkum – Obsahová a komparativní analýza vybraných pořadů – výsledky analýz a jejich porovnání 5. Vyhodnocení dotazníků a individuálních rozhovorů – výsledky kvalitativního a kvantitativního výzkumu 6. Porovnání moderátorů veřejnoprávní a komerční televize – shrnutí výsledků výzkumu 	

<p>7. Závěr</p> <p>8. Zdroje a přílohy</p>
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Práce bude založena na analýze pořadů Události ČT24, TV Nova Televizní noviny, Moje zprávy TV Barrandov v období září/říjen 2019.</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu: Obsahová analýza pořadů ve stanoveném časovém období, komparativní analýza získaných poznatků z obsahové analýzy, kvalitativní výzkum – individuální rozhovory, kvantitativní výzkum – dotazníková metoda.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů <u>k tématu a metodě</u> jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. 2. SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9. 3. TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8 4. JIRÁK, Jan a KÖPPOVÁ, Barbora. Masová média. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. 5. OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. Zpravodajství v médiích. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001, 155 s. ISBN 8024602482.
<p>Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)</p> <p>K tématu se moc diplomových a disertačních prací za posledních pět let nevztahují. S podobným zaměřením jsou to práce následující:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Celebritizace zpravodajství a publicistiky v českých komerčních televizích. Praha, 2016, Univerzita Karlova - Proměna tématické struktury hlavní zpravodajské relace České televize. Praha, 2016. Univerzita Karlova. - ŠNOBLOVÁ Tereza. Moderátor televizního zpravodajství. Praha, 2016. Univerzita Jana Amose Komenského. - BITTNEROVÁ, Barbora. Neverbální projevy redaktorů v živých vstupech ve zpravodajství veřejnoprávní a soukromé televize na příkladu mimiky a prozódie. Olomouc, 2017. Univerzita Palackého v Olomouci.
<p>Datum / Podpis studenta/ky</p> <p>30.5.2019</p> <p style="text-align: right;"><i>Barbora</i></p>

<p>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</p> <p>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu: Doporučuji diplomantce zvážit, zda specifické postavení, které v politickém spektru má osoba ředitele televizního kanálu Barrandov, s přihlédnutím ke zcela marginálnímu významu jeho práce pro konstruování pojmu moderátor v mediálním diskurzu, je relevantní pro podobnou práci. Obávám se, že tím tato práce dostane poněkud jiný rozměr, než je (či by mělo být) zkoumání podstaty práce</p>
--

moderátora v současné televizní praxi. V každém případě i při zachování původního záměru lze připravit kvalitní práci.

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

ČERTÍKOVÁ, Helena: Moderátor za mikrofonem (ako zvládnut moderátorské remeslo). Bratislava: VŠMU, 2008

ČMEJRKOVÁ, Světlá et. al.: Styl mediálních dialogu. Praha: Academia, 2013

KRAUS, Jiří: Rétorika a řečová kultura. Praha: Karolinum, 2010

Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

PhDr. Železný Jakub

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

31.5.2019 *ATS* *Z*

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Kvalitativní analýza relace Události (tabulka)

Příloha č. 2: Kvalitativní analýza relace Televizní noviny (tabulka)

Příloha č. 3: Odpovědi dotazníku (tabulka)

Příloha č. 4: Dotazník – Role moderátora televizního zpravodajství