

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Štěpán Klíma

Videoblog v žurnalistice

Bakalářská práce

Praha 2016

Autor práce: **Štěpán Klíma**

Vedoucí práce: **Doc. MgA. Filip Láb, Ph.D.**

Datum obhajoby: 2016

Bibliografický záznam

KLÍMA, Štěpán. *Videoblog v žurnalistice*. Praha, 2016. 56 s. Bakalářská práce (bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Doc. MgA. Filip Láb, Ph.D.

Anotace (abstrakt)

Tato práce se věnuje zvyšujícímu se využívání formátu videa v žurnalistice, zejména pak na blozích. V první části jsem se podíval na historický kontext mezilidské komunikace a snažil se najít spojitost mezi společnostmi, ve které spolu lidé komunikovali výhradně slovy, a tou dnešní. Historické aspekty jsem pak rozšiřoval o psychologickou rovinu komunikace. Snažil jsem se zjistit, jak na nás vizuální komunikace, i v případě její zprostředkované formy ve videu, působí, a jak velký rozdíl to může oproti textu být.

V druhé části jsem pak pomocí případové studie ověřoval teoretické poznatky v praxi. Během několika rozhovorů s tvůrci internetové televize DVTV a návštěvy studia jsem zjišťoval, jakým způsobem obsah připravují a jaká technická řešení při tom využívají. Zajímal mě zejména posun, který proběhnul od prvních dílů po současnou formu.

Abstract

The thesis focuses on the increasing use of video format in journalism, particularly in blogosphere. In the first part, I have looked at the historical context of interpersonal communication and tried to find a link between a society where people communicated orally only and between the contemporary one. I have subsequently extended the historical aspects with the psychological level of communication. I have sought to find

out how visual communication, even when mediated through video, affects us and how different it can be compared to communication through text.

In the second part of my thesis I verified my theoretical findings in practice through a case study. During several interviews with DVTV Internet television channel makers and a visit at the studio I was finding out how the content is prepared and what technical solutions they use for it. I was particularly interested in the progress that has been made from the time first episodes were created until the current form.

Klíčová slova

Videoblog, Video, Žurnalistika, Blog, DVTV

Keywords

Vlog, Video, Journalism, Blog, DVTV

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 11. 5. 2016

Štěpán Klíma

SCHVALENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁRSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/ diplomanta: Štěpán Klíma	Razítko podatelny: <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne: 26-06-2015</td> <td style="text-align: right;">-1-</td> </tr> <tr> <td>Cj: 4112</td> <td>Priloh: Skartace a hesla:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Přiděleno:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		Došlo dne: 26-06-2015	-1-	Cj: 4112	Priloh: Skartace a hesla:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd									
Došlo dne: 26-06-2015		-1-							
Cj: 4112		Priloh: Skartace a hesla:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/ diplomanta: 2013									
E-mail diplomantky/diplomanta: klíma.stepan@gmail.com									
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika/Denní									
Předpokládaný název práce v češtině: Videoblog v žurnalistice									
Předpokládaný název práce v angličtině: Vlogs as part of journalism									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2015/2016									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): <p>Ve své bakalářské práci se budu zabývat pozicí videoblogu v profesionální žurnalistické produkci a fenoménem videoblogu obecně.</p> <p>Pozastavil jsem se nad tím, že zpravodajské portály udrží své čtenáře na článku jen desítky vteřin. Lidé prý nemají čas a konzumují proto jen útržkovité části. Vezmou si jen to nejpodstatnější. Ten samý čtenář, který v prvním případě nedočel ani perex, pak následně sleduje 18 minut dlouhý díl DVTV. Rozmach, jaký tvorba video obsahu zažívá, není srovnatelný s žádnou jinou dobou v dějinách žurnalistiky. Sekci "TV" mají na svých stránkách všechny velké zpravodajské portály. Stejně tak neznámější blogerů se nám začínají čím dál tím víc "ukazovat". Vyměňují sáhodlouhé texty za kompakt s výklopným displejem a vyrážejí nám o všem povědět přímo z terénu. Není to tedy jen o čase, který u informací trávíme ale je to o tom, jakou formou informace vstřebáváme.</p>									

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

- 1) **Úvod**
- 2) **Teoretická část:** Pohled na problematiku z psychologického a historického hlediska.
 - Přijímání informací čtením v historickém kontextu a naopak předávání informací mluveným slovem
 - Psychologický rozměr celé problematiky - Co se děje když čteme - Co se děje když informace přijímáme audiovizuálně
 - Přeměna blogů na vlogy (za období posledních 5-10 let)
- 3) **Praktická část:** Videoblog jako součást žurnalistiky
 - Výzkum na poli videoblogů (Aktuální tvůrci)
 - Zjišťování informací od samotných tvůrců obsahu
 - Porovnání dosahu příspěvků v audiovizuální a textové podobě
- 4) **Závěr**
- 5) **Zdroje**

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Videoblogy domácí i zahraniční produkce (DVTV, TimesVideo, Daily vlog of Casey Neinstat atd.) Pracova chci zejména s aktuálními tvůrci, abych pro svou práci mohl používat co nejnovější obsah.

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Použiji metodu případové studie

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Vybíral, Zbyněk. Psychologie komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009, 319 s. ISBN 978-80-7367-387-1.

Komunikace obsahuje nejen výměnu informací a kódů, ale nutně při ní dochází i k interakci mezi subjekty. Zvyklosti z reálné komunikace ovlivňují i to, jak chceme přijímat další informace (např. ze sdělovacích médií).

Osvaldová, Barbora; Halada, Jan a kolektiv. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace, Praha: Libri, 2007, ISBN: 80-7277-108-6

Praktický sborník hlavních pojmů žurnalistiky, který bych rád použil při vysvětlování jevů jak v první teoretické, tak zejména v druhé, praktické části práce.

Retberg, Jill Walker. Blogging [online]. Cambridge, UK: Polity, 2008, viii, 176 s. ISBN 978-0-7456-4134-8.

Kniha předkládá široký pohled do světa blogování. Začíná v prvních počátcích blogů vůbec a končí v důsledcích, které přináší blogosféra do dnešních médií.

TREMAYNE, Mark. Blogging, citizenship, and the future of media [online]. New York: Routledge, 2007, xix, 287 s. ISBN 0-415-97940-4.

Tato kolekce esejů řeší otázky současné pozice blogů v mediálním prostředí. Mluví o tom, jak blogy přetvářejí kulturní i politickou mediální sféru.

ROSENBERRY, Jack a St. Burton ST. JOHN. Public journalism 2.0: the promise and reality of a citizen-engaged press. New York: Routledge, 2010, xi, 199 s. ISBN 978-0-415-80183-6.

Kniha se snaží najít pozici žurnalistiky v typech online obsahu na Facebooku, Twitteru a blozích.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

Diplomové 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)

K tématu jsem nenašel jiné obsahově relevantní diplomové práce za období posledních pěti let.

Datum / Podpis studenta/ky

26.6.2015

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předeepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, 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.



.....
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga
pedagoga



Datum / Podpis pedagožky/

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

TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Obsah

OBSAH	1
ÚVOD	2
<i>Výzkumná otázka</i>	4
METODOLOGIE A ČASOVÉ VYMEZENÍ PRÁCE	5
VÝBĚR POUŽITÉ LITERATURY	5
NASTÍNĚNÍ STRUKTURY PRÁCE	6
TEORETICKÁ ČÁST	8
PSYCHOLOGIE KOMUNIKACE	8
<i>Motivace komunikace</i>	8
<i>Neverbální komunikace</i>	9
<i>Nemůžeme neříct nic</i>	10
HISTORIE KOMUNIKACE	11
<i>Zásadní posun</i>	11
NÁSTROJE PRO TVORBU A DISTRIBUCI OBSAHU	13
<i>Historie</i>	13
<i>Od obrazovek za kameru</i>	14
<i>iMovie</i>	15
<i>Youtube</i>	16
PRAKTICKÁ ČÁST	17
PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU	18
<i>Historie projektu</i>	18
<i>Lidé</i>	18
<i>Fungování</i>	19
<i>Ocenění a popularita</i>	19
PŘÍPRAVA OBSAHU	20
<i>Aktuální formáty</i>	20
<i>Rozhovor Daniely a Martina</i>	20
<i>Živé vysílání</i>	21
<i>DVTV Forum</i>	21
<i>„Stand up Martina Veselovského”</i>	22
VYTVÁŘENÍ TÉMAT A SKLADBA VYSÍLACÍCH A NATÁČECÍCH DNŮ	23
<i>Skladba vysílání</i>	23
<i>Operativní řešení</i>	24
<i>Natáčecí dny</i>	25
<i>Inspirace</i>	25
<i>Budoucnost obsahu v DVTV</i>	26
TECHNICKÉ ŘEŠENÍ	27
<i>Počátky vysílání</i>	27
<i>Natáčení ve studiu</i>	27
<i>Živé akce</i>	29
<i>Postprodukce</i>	30
DORUČOVÁNÍ OBSAHU	30
ZÁVĚR	32
SUMMARY	33
POUŽITÁ LITERATURA	35
SEZNAM PŘÍLOH	38
PŘÍLOHY	39

Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem si zvolil video obsah v žurnalistice, se zaměřením na blogy. Sám jako tvůrce vizuálního obsahu a zejména pak videa, jsem si nemohl nevšimnout obrovského nárůstu používání tohoto formátu, který se v posledních letech objevuje napříč všemi spektry komunikace a na všech platformách.

A nejenže se rozšiřuje tam, kde doposud fungoval obraz statický, jako tomu bylo například u klasicky fotografické platformy Instagram, která stejně jako mnoho dalších ustoupilo tlaku a pokroku a tvůrci zařadili do svých funkcí i pohyblivé sekvence. Video se dostává i do míst, kde nahrazuje hned dva způsoby komunikace naráz – na blogy.

Dříve striktně textové platformy doplněné sem tam nějakým ilustračním obrazem se začaly transformovat do samostatných video výstupů, které pak tvoří finální a plnohodnotný celek bez potřeby dalších doplnění. Což je přestě to, co předchozí obraz a text nedokázal splnit.

Blogy už z podstaty věci nikdy nestály na čele obsahu, ale stály v pozadí hlavních kanálů, které k nám dostávaly kvalitní obsah. V mnoha případech se jednalo o platformy přidružené k například informačním portálům, nebo k webu tištěných periodik. Z toho důvodu museli a vždy budou muset tvůrci vynakládat mnohem více úsilí, aby své publikum oslovili. Konzument totiž tento typ obsahu vyhledává v mnohem menší míře než například novinky z domova či ze světa, za kterými jde cíleně.

Pro mnohé tvůrce to znamená nevalnou čtenost, nebo sledovanost. Ovšem pro ty, kteří tento na první pohled hendikepující fakt dokázali přetavit ve svůj prospěch, může naopak nespoutanost a zdánlivá upozaděnost celého blogového prostřední dostat mnohem dál, než kdyby publikovali na klasickém typu média.

Protože by se mohla terminologie mohla zdát naprosto jasná, rád bych ještě v úvodu vysvětlil základní termíny, které protkávají moji práci. S podle mého nejpřesnější definicí blogování přichází ve své publikaci *Blogging* Jill Walter Retteberg. Mluví o blogování jako o kumulativním procesu souvislého vytváření obsahu, u kterého je pro

příjemce důležitá znalost širšího kontextu daného blogu. Při přečtení nebo zhlédnutí pouze jedné části by příjemce nemusel pochopit všechny náležitosti příspěvku hlavně proto, že autor už počítá s jistou základní znalostí. Naproti tomu klasické žurnalistické formáty, ať už tištěné, nebo obrazové, musí splňovat jistou úroveň uzavřenosti výpovědi, aby nedošlo k neúplnému, nebo dokonce mylnému výkladu.

Druhá odlišnost blogů od klasického typu obsahu je podle Retteberga také ve výsledné podobě výstupu. U naprosté většiny platforem má autor sdělení malou, někdy dokonce žádnou možnost zasáhnout do výsledné podoby textu nebo videa. Oproti tomu ve sféře blogů a vlogů ovlivňuje autor celý proces tvorby obsahu a dotváří ho podle svého až do finálního stádia.

Do kategorie blogování spadává i druhý termín, se kterým se v mé práci setkáte velmi často a to je vlog. Jde o jednoduché spojení slov „video” a „blog”. Další definování by bylo zbytečné. Stačí si do vysvětlení v posledních dvou odstavcích dosadit místo textu právě video a máme to.

Výzkumná otázka

Ve své práci bych rád rozvinul dva fenomény, které jsem zmínil v úvodní části. Prvním je obrovský nástup video obsahu, který se dostává i do dřívě striktně statických odvětví. Video se od začátku své existence těšilo velké oblibě. Ať je jednalo o první film, nebo první televizní vysílání. Vždycky bylo ovšem velmi náročné na výrobu, a to jak časově, tak zejména finančně. Nemluvě o tom, že ještě nedávno bylo naprosto nemyslitelné, aby takový způsob uchovávání obrazu byl prováděn na amatérské bázi. Když se dostalo pořizování videa do fáze, kdy jsme ho byli schopni celkem snadno nahrát, stále tu zůstávala editace, která zůstává náročnější disciplínou dodnes.

Druhý fenomén jsem označil v úvodní části za hendikepující, konkrétně fakt, že blogy, ať už v tištěné, obrazové nebo jakékoli jiné další formě stojí v pozadí, někdy bych se nebál použít ani označení na okraji spektra obsahu, který se k nám dostává. Zároveň ale mohou využívat absolutní nezávislosti ať už po obsahové, nebo vizuální stránce.

Jsem přesvědčen, že právě tyto menší nezávislé projekty jsou díky absolutní autonomii schopny posouvat hranice nejen co se obsahu týče, ale například i při používání nových technologií, nebo představování nových, dosud nevyzkoušených formátů. A pokud se projekty dokážou překlenout přes častou absenci finančních prostředků, nebo jen horší výchozí pozici oproti velkému mediálnímu hráči, dokážou vytvářet jedinečný a neotřelý obsah, který by v regulovaném prostředí klasických médií mohl vzniknout za mnohem delší dobu, pokud vůbec.

Výzkumnou otázku bych formuloval takto „Je masivní nástup video obsahu pouhý trend, nebo souvisí s technickým pokrokem, který nejvíce vyhovuje představám člověka o sdílení informací, a mohou se video blogy dostat do popředí a nastavovat trendy v celých odvětvích?“

Metodologie a časové vymezení práce

Pro svou práci a zejména pak pro její praktickou část jsem si vybral metodu jedinečné případové studie. Chci v ní demonstrovat příklady, které uvádím v teoretické části na reálném projektu. Případová studie představuje projekt DVTV, který jsem si vybral na základě toho, že splňoval moje základní kriteriá – jedná se o český projekt, který má velký dopad na aktuální dění v žurnalistice a rámcově zapadá i do kategorie blogů.

Informace k druhé části byly získány pomocí rozhovorů, které jsem prováděl v březnu a dubnu 2016 s editorem internetové televize Čestmírem Strakatým a dvěma kameramany Janem Pospíšilem a Tomášem Svobodou. Zejména více technické detaily jsem načerpal během několika návštěv samotného studia a produkčních prostor DVTV v Economii v Karlíně.

Časové vymezení práce je přímo dané stářím, nebo v tomto případě spíš novostí celé problematiky. V praktické části práce se věnuji převážně výzkumu projektu, který působí na poli české mediální scény dva roky. Pouze kvůli napojení na historické souvislosti se pouštím do prohledávání materiálů popisující starší jevy.

Výběr použité literatury

Bakalářská práce rozebírá primárně fenomén, který je znám pouze v posledních letech a není k němu proto tolik teoretického podkladu. Ve struktuře teoretické a zejména pak praktické části jsem se opíral zejména o informace zjištěné při rozhovorech, nebo o informace, které jsem nabyl při své vlastní praxi. Pracoval jsem ovšem i s druhotnou literaturou, kterou jsem využíval pro jednotlivé segmenty práce.

Při definování blogů a zejména pak přechodu společnosti z jednotlivých fází komunikace jsem se opíral o informace získané z publikace „*Blogging (Digital media and society series)*” od autora Jilla Walkera Rettberga. Ten mi výrazně pomohl při definování mé výchozí teze, ve které mohu tvrdit, že nástup videa jako masivního komunikačního kanálu je zjednodušeně návrat zpět k původům lidské komunikace a že

se zjednodušeně čekalo až na dostatečně jednoduché technické řešení.

Ke stejné otázce jsem našel mnoho odpovědí i v publikaci „Psychologie komunikace” od autora Zdeňka Vybírala. Ten doplnil mé spíše historické poznatky z Rettbergova blogování o více hlubší psychologickou rovinu fenoménu. V této knize jsem si potvrdil existenci komunikačních kódů, které nemohou být technicky přítomné v textové formě a vyskytují se výhradně ve slovním projevu. Na základě příkladů, které Vybíral v knize překládá, jsem pak došel k závěrům o mnohem výraznějším dopadu sdělení přenášeného mluvenou formou, i kdyby pouze ve zprostředkované formě, kterou nabízí video.

Zasazení tématu zejména do kontextu historického mi pomohla v oblasti tisku zejména kniha Barbary a Ladislava Köpplových „Dějiny světové žurnalistiky 1 – Celý svět je v novinách”, která podrobně popisuje vývojové postupy v tištěné masové komunikaci. Další informace k masovým médiím obecně jsem získal z publikací „Masová media” od dvojice Köpplová-Jirák a z publikace “Základy masové komunikace od Michaela Kunczika.

Nastínění struktury práce

V první, teoretické části mé bakalářské práce se budu snažit problematiku videa v žurnalistice a zejména pak blogové části zasadit do širšího kontextu. Chtěl bych téma zařadit jak do časové osy z hlediska historické posloupnosti, tak i roviny psychologie vnímání obsahu. Proto v první části nejprve rozebírám historii písemné komunikace navíc rozšířenou o napojení na blogovou část. Dále pak pokračuji s popisem využívání video obsahu v žurnalistice a jeho historii. Poslední historickou podkapitolou je pak shrnutí historie vlogů a zejména pak fenoménu YouTube, který má na přerodu textového sdílení myšlenek k obrazovému velký podíl. První část práce pak završím zamyšlením nad vnímáním obsahu z psychologického hlediska. Pokusím se popsat výhody komunikace přenášenou videem nad přenosem pouze textovým.

V praktické části práce bych se pak rád věnoval projektu internetové televize DVTV, která tvoří naprosto unikátní část české žurnalistické scény. V této části pak začnu

podkapitolovou věnující se představení projektu a zařazení jak do českého prostředí, tak i srovnání s podobnými formáty za hranicemi. Dále se budu věnovat vývoji projektu od úplných začátků až po aktuální stav. Přípravě a výběru podkladů pro jednotlivá vysílání. Neopomenu ani technickou stránku celého projektu od samotného natáčení až po editaci záznamů. V poslední části bych se pak rád věnoval neméně důležité části, a tou je distribuce samotného obsahu divákům.

Teoretická část

Psychologie komunikace

Už původ slova naznačuje, že v minulosti označovala komunikace mnohem širší oblast, než je tomu teď. Dnes můžeme najít definice, jako že komunikace je „proudění informací z jednoho bodu (ze zdroje) k druhému (k příjemci)” nebo jako „přenos nebo vytváření znalostí”. (Vybíral 2009, s. 25)

Původ slova *communicatio* ale byl nicméně trochu jiný. Doslova označoval „vespolné účastnění” a *communicare* „činit něco společným, společně něco sdílet”. V roce 1971 definoval Hausenblas pojem jako “obcování lidí, společné podílení se na nějaké činnosti ve vzájemném kontaktu”. (Vybíral 2009, s. 34)

Dostáváme se tedy od pouhého proudění informací mezi tím, kdo je vysílá, a tím, kdo je přijímá, k mnohem širšímu významu, který podtrhuje důležitost samotné osobní přítomnosti ať už aktivní, nebo pasivní.

Motivace komunikace

Projev, ať už verbální nebo neverbální, je vždy něčím motivován. Tento záměr má pak každý člověk, jeden od druhého se pak liší intenzitou, s jakou chtějí ostatním informace předávat. Věda pak rozděluje motivaci podle sedmi příčin, které nás k ní vedou. První je motivace kognitivní. Ta nás vede, pokud se potřebujeme s druhými podělit o myšlenku, o určitou znalost, pokud chceme na druhého „něco předat”. Druhou je pak motivace zjišťovací a orientační. Jak už z názvu vypovídá, plyne zejména z potřeby zjistit názor, nebo postoj druhého člověka k dané situaci. Třetí je pak motivace sdružovací. Jednoduše se dá vysvětlit jako potřeba navázat vztah s dotazovanou osobou. „Člověk má potřebu pravidelně znovu a znovu zažívat pocit sounáležitosti, mít jistotu, že někomu patří, že si s někým rozumí, že není na světě sám...”. To vysvětluje, že ne vždy v komunikaci nejde vždy jen o obsah, ale v některých případech si vystačíme se

samotným aktem. Jak ve své knize říkají Kratochvílovi „Odsud také plyne lidská přirozená potřeba jen tak nezávazně konverzovat, potřeba popovídat si více méně o čemkoli...” (Vybíral 2009, s. 34)

Čtvrtá motivace je sebepotvrzovací. Už samotnou komunikací totiž dokazujeme druhému to, že pro nás má určitou hodnotu. Dokonce odejmutí možnosti s druhým komunikovat vnímáme jako formu trestu. Ať už se jedná o malé děcko, které zlobilo, nebo dospělý partner, kterému ve vzteku neodpovíme na zprávu. Pátým bodem je pak motivace adaptační. Naše projevy bezpochyby ukazují náš status, jak pracovní, tak v osobním životě. Nicméně ve všech aspektech se přizpůsobujeme rolovým stereotypům, které jsou pro náš vzor všeobecně známé. A to i v případě, že stereotypy naopak vědomě potlačíme. Za šesté pak máme motivaci přesilovou. Kdy jsme k projevům tlačeni okolnostmi a většinou ve snaze prosadit se, nebo na sebe upoutat pozornost. V neposledním případě jsme hnáni potřebou „trumfnout” ostatní účastníky. Posledním bodem je pak motivace požitkářská. V tomto případě nás pak žene pouze snaha rozptýlit se. Do této části pak můžeme bez pochyby zařadit jak nezávazné laškování, nebo dělání si legrace z ostatních a podobně.

Neverbální komunikace

Jak se dá rozdělit? „*Pokud se setkáme se neverbálním sdělením, které je v rozporu se sdělením verbálním, je pravděpodobnost, že uvěříme neverbálnímu signálu, pětkrát větší.*” (Vybíral 2009, s. 81)

Tuto část jsem si dovolil uvést citací, která podle mého trefně vystihuje důležitost vizuálního přenášení informací, ať už v reálné situaci, nebo pouze ve zprostředkované formě, v tomto případě videa. Za neverbální komunikaci jsou považována:

1. Gesta, pohyby těla,
2. držení těla,
3. mimika,
4. pohled očí,
5. volba vzdálenosti subjektů a následné změny,
6. fyzické kontakty,
7. tón hlasu a další neverbální aspekty řeči,

8. vzhled (at' už se jedná o typ postavy nebo například oblečení). (Vybíral 2009, s. 83)

Neverbální komunikaci můžeme samozřejmě dělit po jednotlivých kategoriích ještě mnohem více do hloubky. Hned v první zmiňované kategorii bychom mohli jednotlivě analyzovat pohyby rukou, věnovat se klepání nohou pod stolem během pohovoru, nebo zaklání hlavy.

Wahlstromová přidává ke zmíněným osmi bodům ještě další dva. Prvním je chronemika - tedy zacházení s časem. V tomto bodě se věnuje například záměrnému natahování projevu, nebo naopak uspěchané řeči. Nebo i dodržování vymezeného času pro projev. Druhým bodem pak je zacházení s předměty během komunikování. Do této kategorie pak může spadat od zařízení a například úklid místa, kde se děj odehrává, až po například řízení auta. (Vybíral 2009, s. 84)

Nemůžeme neříct nic

„Člověk může přestat mluvit, nemůže však přestat mluvit svým tělovým idiomem, zde musí něco říct: buď dobře, nebo špatně. Nemůže neříct nic.“

Takto vysvětluje Goffman důležitost mimoslovních projevů. Aniž bychom si to uvědomovali, dodáváme svým slovům další rozměr. Člověk, který nás při našem projevu pozoruje, nejen že dokáže mnohem lépe pochopit, co chceme říct. Dokáže si to, co sdělujeme, mnohem lépe zapamatovat, nebo například odhalit, když nemluvíme pravdu. (Vybíral 2009, s. 85)

Historie komunikace

V dnešní společnosti jsou blogy dost často chápány jako pouze méně významná část komunikačních kanálů, které oproti masovým médiím má pouze zanedbatelný dopad. Není tomu tak dávno, co naprostá většina informací pocházela pouze z malého prostředí nakladatelských domů a televizních stanic, které měly v podstatě monopolní postavení ve sdělování zpráv veřejnosti.

Musíme si ale uvědomit, že tato dominance trvala při pohledu do historie pouze krátkou dobu a že masová média jsou mladý termín. Předtím, než byla možná masivní distribuce informací, byla naprostá většina předávána buď ústně, nebo pouze v malém počtu kopií. Knihy s kvalitními a ověřenými informacemi se pak nacházely pod zámkem církevních knihoven a bylo těžké se k nim dostat. Touha člověka sdílet své myšlenky hnala člověka dál ve vynalézání způsobů, jak to dokázat. Ať už se bavíme o vynálezu písma, tiskařského stroje, nebo první osobní webové stránky.

Zásadní posun

Lidská komunikace prošla za celou svou existenci mnoha změnami. Nejzásadnější pro ní však podle mého názoru nebyly dílčí technické posuny, jako jsou vynález internetu, nebo knihtisku. Myslím si, že nejzásadnější posun jsme zaznamenali při přesunu od čistě orální společnosti, která byla schopná pouze osobní komunikace ke společnosti, která je spolu schopna komunikovat i znakovou metodou. Nehledě na to, zda se jedná o první obrázové záznamy, nebo dokonalý textový projev.

Přechod mezi ústním předáváním myšlenek a textovou podobou můžeme najít v prvních spisech. Vyznačuje se výrazným napodobováním právě mluveného projevu. Pro příklad můžeme použít první Platónovy spisy, které uchopil právě jako přepis dialogu mezi Sokratem a jeho studenty. Platón měl vůbec s transformací orálně komunikující společnosti do společnosti, která může své myšlenky uchovávat na papíře, výhrady. Jeden z jeho dalších argumentů bylo, že zaznamenávání myšlenek zničí lidskou paměť. Tvrdil, že lidé si už více nebudou pamatovat fakta ani příběhy, pokud se k nim budou

moci kdykoli vrátit v textové podobě. Další argument byl ten, že text sám o sobě nevybízí k akci, nebo k odpovědi. Tvrdil, že pokud položí mluvenou otázku, dostane se mu odpovědi. Pokud však položí otázku psanou, „it will preserve a solemn silence”.

Při pohledu na proměnu z čistě mluvní společnosti k té, kde text hraje významnou roli, můžeme pochopit důsledky blogů na společnost. Přejít z tištěné komunikace na elektronickou popisuje Walter Ong jako „second orality” – druhotnou mluvnost. Posouvá tedy naši společnost spíše na komunikační úroveň starého Řecka a Říma, než na úroveň období po Gutenbergově objevení knihtisku. (Rettberg 2014, s. 34)

Internetová komunikace přestože stále může být v textové formě, rozbourává problémy, které jsem nastínil u Platóna. Jeho stížnost, že cokoli, co se jednou dostane do tisku, začne kolovat mezi lidmi a opisy se šířit dál, je nezměnné, přestává být s možností editování absolutní pravdou. I když připouštím, že pokud dojde ke změně dokumentu až po jeho rozšíření na internetu, je zde stále možnost šíření původní verze. Možnost nápravy je ale nespochybnitelně větší. Stejně tak jeho argument s malou motivací k odpovědi přestává být s velkou možností komentování a vyjadřování se k výroky na síti stoprocentní pravdou. Je naopak mnohem častější, že otázky k příspěvkům vyvolávají odpovědi. Které pak následně vyvolávají další otázky. Můžeme se tak v komentářích často setkat s textovou formou, která až nápadně připomíná rozhovory. Obloukem se tedy zpět vracíme k Platónovu řešení textových omezení a podtrhujeme Ongovo označení druhotné společnosti založené na mluvené komunikaci. (Rettberg 2014, s. 35)

Původ blogování na internetu musí nutně souviset se vznikem internetu samotného a rozšíření z profesních struktur do domácností. Dostáváme se tím do doby kolem roku 1990, kdy už jsme byli schopni pozorovat prorůstání sítě napříč světem. Z té doby už začínáme zaznamenávat první webové stránky. K prvním blogům už pak nevede dlouhá cesta. Jedním z nich je i osobní stránka Justina Halla, jehož online deníček můžeme na adrese www.links.net sledovat od roku 1994. Hall je aktivní až dodnes. Prvních 9 let dokonce nepoužíval žádný redakční systém, ale své příspěvky vždy zvlášť kódoval.

Samotné slovo blog pak pochází z roku 1999, kdy se Peter Marholz rozhodl původní

označení weblog, které vycházelo ze spojení slov web a log vyslovovat jako „We Blog”. Tím už došlo snadno ke zkrácení na dnešní známé označení blog. (Rettberg 2014, s. 35)

Nástroje pro tvorbu a distribuci obsahu

V předchozí části jsme si mohli přečíst, že vizuální obsah konzumujeme mnohem snáze a interakce, kterou při přijímání máme je mnohem hlubší než ta, kterou získáváme z psaného textu.

Nárůst produkce vizuálního obsahu za poslední dobu však nemůže být způsobený jen tím. Je jen málo pravděpodobné, že si lidé najednou uvědomili, že už jim psát nestačí. Ruku v ruce s tím musel zákonitě přijít vývoj, který dal člověku do ruky rychlý nástroj, se kterým je schopný videa produkovat tak rychle, jako by snad přímo mluvil.

V této části se nejprve podíváme do historie, abychom zjistili, jak sdíleli obrazové informace naši předci a z čeho potenciálně dnešní řešení vznikla. Následně se podíváme na technické vybavení, které ovlivňuje právě aktuální dění. V závěru této kapitoly bych věnoval část serveru Youtube.com, protože jeho role v tomto odvětví je více než zásadní.

Historie

Pokud se chci dostat k video žurnalismu dnešní doby, měl bych začít od jeho začátků. Protože to, co můžeme dneska zvlášť v porovnání s moderními platformami považovat za rigidní, nebo neaktuální, bylo v době svého uvedení přepratnou novinkou.

První televizní vysílání touto novinkou rozhodně bylo a ve druhé polovině čtyřicátých letech minulého století změnilo svět. Pravidelné vysílání začalo v Německu (22. 3. 1935), Francii (27. 4. 1935), Velké Británii (2. 11. 1936), ale i v USA (30. 4. 1939) nebo Sovětském svazu, kde se pravidelně, v tu dobu pro 500 přijímačů, začalo vysílat 10. 3. 1939. (Šmíd 1989, s. 24–29)

Jednalo se bezesporu o revoluční vynález, který změnil myšlení lidí o sdílení informací

a který se postupem času více a více zdokonaloval.

Technologický posun zasáhl nejen samotné přístroje, které jsme už brzy poté mohli potkávat v dostupnějších, menších a levnějších provedeních. Zadaný vývoj musel proběhnout i na druhé straně – u tvůrců obsahu. Rozšiřování sítě vysílacích stanic souviselo s větší dostupností samotného vybavení pro natáčení a následnou editaci. A protože se tato práce zajímá spíše o občanskou rovinu žurnalistiky, přesunul bych se od profesionální tvorby obsahu spíše k samotným uživatelům.

Od obrazovek za kameru

Možná že pro tuto práci je tato podkapitola stejně zásadní jako samotný začátek televizního vysílání. Byl to moment, kdy vývoj pokročil na tolik dopředu, že mohl do té doby tak profesionální nástroj, jako byla videokamera, přetvořit do věci natolik uživatelsky přívětivé, že ji mohl začít ovládat skoro každý.

V roce 1967 udělala průlom na poli kamerových systémů firma Sony, když vydala svou první přenosnou kameru Sony Portapack DV-2400 Video Rover. Jednalo se o první černobílou kameru, která se díky rozměrům a technickému řešení dala celkem snadno přenášet. (Ryan 1988, s. 42)

Systém se skládal ze samotné černobílé kamery a jednotky, která sloužila k zaznamenávání obrazu. Tyto dvě části pak byly propojeny kabelem. V pohodlnějším případě pak s kamerou zacházeli dva lidé. Jeden natáčel a druhý přenášel záznamové zařízení. Méně pohodlně pak šlo s kamerou zacházet i v jednom.

„Kamera byla celkem levná, v té době stála něco kolem 1500 dolarů, lehká a snadno se ovládala. Celý systém byl také dost spolehlivý a vytvářel dobrý obraz a celkem ucházející audio. Kazety, na které se nahrávalo, byly také levné a daly se používat pořád znovu, což byl od kamer na film také zásadní posun.” (Ryan 1988, s. 43)

Technologie se brzy rozšířilo mezi širokou veřejnost. Šíření by nicméně rozhodně nebylo tak masivní, pokud by této formě občanského žurnalistu nevěnovala pozornost

velká média. Například v roce 1968, stanice WGBH v Bostonu oslovila skupinu lidí, aby začala vytvářet vysílatelná videa pro pořad s názvem “The Medium is the Medium”. Skupinu tvořilo šest mužů: Alan Kaprow, Otto Peine, Aldo Tambellini, James Seawright, Nam June Paik a Thomas Tadlock. (Ryan 1988, s. 43)

Přestože šlo o průkopnické vysílání, jednalo se spíš o video art než klasickou žurnalistiku. (Například Kaprow vysílal náhodné záběry z kamer rozmístěných po Bostonu. Záběry navíc záměrně obrazově deformoval.) Ta propukla naplno až ve spojení s lokálními kabelovými televizemi, které vysílali pouze malých oblastech států, měst, nebo dokonce městských částí. Lidé mohli vlastní natočené záběry odnést do studia lokálních televizí, které s nimi pak doplňovali svůj vlastní obsah. Díky tomu se pak tvorba vlastních videí stala ještě mnohem výraznější záležitostí a přesun lidí od obrazovek za kameru byl čím dále častější. (Ryan 1988, s. 44)

iMovie

Na konci sedmdesátých let dala firma Sony lidem možnost, jak obrazové a zvukové záznamy pořizovat. Tvůrci nicméně stále byli odkázáni na třetí stranu co se týče následné editace, postprodukce nebo vysílání. Revoluce v této oblasti přišla 5. října 1999.

Průkopníkem nebyl nikdo jiný, než technologický gigant z Cupertino Apple, který představil nový software na úpravu videí „iMovie”. Ovládání bylo až neuvěřitelně jednoduché. Přes FireWire port jsme mohli do svého iMacu, ve kterém byl program předinstalovaný, digitálně převést video z kamery.

Následně pak mohli jednotlivé klipy upravovat, používat základní efekty jako prolnutí nebo pohyblivé titulky. Stejně tak mohli k videu přímo vytvářet soundtrack z mp3 skladeb, nebo CD. Ještě zajímavější bylo však to, co mohli s hotovým videem udělat potom. Hotové video si totiž uživatelé mohli nahrát zpět do kamery, vytvořit si z něj VHS kazetu nebo uložit v digitální podobě do svého počítače, odkud ho mohli rozeslat například přes email, nebo si ho umístit na svou webovou stránku. (PR Newswire, 1995)

Youtube

Za poslední roky vývoje je možné pozorovat, že vždy jsou to až teprve distribuční kanály, které ženou vývoj kupředu a samotný zájem lidí taktéž. Nevím, jestli je to lidskou touhou sdílet mezi sebou ať už fotky, nebo videa, nicméně pokaždé, když se objeví platforma, která nabízí snadné řešení doručení obsahu, má to mnohem větší dopad, než když se objeví nový produkt, kterým můžeme tento obsah pořídit. A zatím největší proměnu, trůfám si říci, celého segmentu sdílení videoobsahu má na svědomí firma Youtube.

V roce 2005 vyřešila problém se složitým sdílením videí na internetu. Na jednoduché platformě vytvořila místo, kam mohl kdokoli během pár vteřin umístit svůj výtvar a jednoduše ho poslat dále. Byl to právě Youtube, kdo nadobro dostal naše domácí videa ven z knihoven. (Burgess 2009, s. 2)

Firmu založili Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim. Přesto, že firma vznikla v Kalifornii, nespĺňuje atributy klasického startupu, který založili kamarádi na střední v garáži otce jednoho z nich. Všichni to totiž byli zaměstnanci v té době už velké společnosti na online platby PayPal. (Burgess 2009, s. 3)

První video nahrál jeden z tvůrců portálu Jawed Karim. Video „Me at zoo“ mělo 20 vteřin a předznamenalo primární účel celého portálu – nahrávání domácích videí. Díky jednoduché možnosti sdílení obsahu s přáteli pomocí odeslání odkazu, nebo snadnému vkládání přehrávače přímo na vlastní stránky se Youtube stal brzy domovem i všech dalších možných i nemožných žánrů. Oficiální spuštění stránky proběhlo v prosinci 2005. Už v červnu dalšího roku se Youtube mohl pochlubit 65 000 nahranými videi denně a denní sledovaností 100 milionů. (Supermonitoring 2010, online)

V říjnu 2006 zakladatelé prodají firmu technologickému gigantu Google za 1,65 miliardy dolarů. Dnes je Youtube s více než miliardou uživatelů největší místo na sdílení videa na internetu. (Youtube: Statistics, online)

Praktická část

V praktické části své bakalářské práce se budu věnovat projektu internetové televize DVTV. Vybral jsem si ho hlavně proto, že se sám formátu video rozhovorů věnuji. Podrobným studiem projektu, který už dlouho sleduji a který mě inspiruje, si slibuji získání nových zkušeností jak v oblasti přípravy na jednotlivá natáčení – tedy na obsahovou část, tak i na samotné natáčení, následný střih, postprodukci a distribuci obsahu.

Velkou část znalostí zejména z oblasti historie projektu jsem získal sledováním vývoje za poslední dva roky existence. K projektu DVTV neexistují zatím žádné výraznější literární záznamy. Ke všem informacím jsem přišel zejména během rozhovoru s editorem Čestmírem Strakatým, který jsem vedl 20. dubna 2016. S ním jsem probíral vývoj projektu, přípravu obsahu jednotlivých dílů a ostatní redakční záležitosti. Praktické informace týkající se samotného natáčení, střihu a postprodukce jsem získal během rozhovoru s kameramany Janem Pospíšilem a Tomášem Svobodou a se střihačkou Hedvikou Bernákovou v ten stejný den.

Představení projektu

Historie projektu

Za konceptem internetové televize stojí zejména čtyři lidé. Daniela Drtinová, Martin Veselovský, Jan Rozkošný a Jan Ouředník. První dva zmiňovaní, Drtinová s Veselovským, předtím působili v České televizi jako moderátoři. Po neshodách s vedením ji však na konci března 2016 opustili. (Česká televize 2014, online)

Třetí zmiňovaný, Jan Rozkošný, předtím také pracoval v ČT. Od roku 2007 vedl z pozice editora jeden z nejsledovanějších pořadů “Události, komentáře”. Svůj pracovní poměr ukončil o tři měsíce dříve než Veselovský s Drtinovou, ke konci roku 2013. Ani Jan Ouředník ve výpisu nevybočuje z řady. I on odešel z České televize, kde byl kolegou Rozkošného v Událostech, komentářích.

Do původním týmu, který zakládal DVTV, patřila ještě Lenka Vinšová. Ta se však podle Čestmíra Strakarého “po několika měsících odpojila” a nahradil jí právě Strakatý.

Po odchodu první čtveřice zmiňovaných začala vyjednávání s možnými partnery nového internetového projektu. *„A nabídka, která přišla z Economie, byla jednoznačně nejlepší. Vedlo toho finančního a logistického zázemí, které nabízela, dovozovala i svobodu nenavázání se na Babiše, ani na Soukupa,“* říká Strakatý (Strakatý 2016).

První rozhovor pak mohli diváci vidět 28. 5. 2014. Podle serveru Mediaguru.cz pak za první týden vidělo videa kolem 400 000 lidí. (Mediaguru 2014, online)

Lidé

Chod momentálně obstarává jedenáct lidí. V čele stojí už zmíněný Jan Rozkošný. Obsah mají na starosti dva editoři – Čestmír Strakará a Jan Ouředník. Klíčovým kamenem celé struktury jsou dva moderátoři – Daniela Drtinová a Martin Veselovský. Dvojici nedávno doplnil reportér Filip Horký. O záznam se starají kameramani Tomáš Svoboda a Jan Pospíšil a střih jednotlivých dílů dělá Hedvika Bernáková. Poslední dva členové

jsou Markéta Burleová, která je produkční a zároveň se stará i o sociální sítě a Filip Vích, který v projektu pracuje jako rešeršista.

Fungování

Projekt DVTV vysílá v pravidelných intervalech rozhovory, reportáže a další formáty výhradně online přes portál Aktuálně.tv. V primárním formátu rozhovorů autoři předkládají původní, nijak neseštrihaný obsah, který v dnešní době dosahuje průměrné délky 20 minut. Dnešní podoba vznikla cizelováním během posledních dvou let a v dalších částech si podrobněji rozebereme posuny ve vysílání.

DVTV je smluvně spojena s vydavatelským domem Economia. Významně projektu pomohl zejména v začátcích, kdy zafinancoval techniku pro tvorbu prvních dílů. Aktuálně probíhá spolupráce tak, že Economia platí projektu fixní částku měsíčně pod podmínkou, že DVTV ji na oplátku dodá každý den určitou stopáž obsahu. Veškeré peníze z reklamy jdou tedy přímo nakladatelskému domu, který je do DVTV zpětně investuje.

Ocenění a popularita

Tento v České republice ojedinělý projekt se těší velké oblibě. Jako důkaz můžeme vzít ocenění Projekt roku 2015 v soutěži Křišťálová lupa (Česká televize 2014, online). Ve stejné soutěži získali stejný rok i cenu popularity.

To, že diváci za projektem stojí a jsou ochotni ho i finančně podpořit, dokládá i crowdfundingová kampaň, kterou spustili 31. 5. 2015 na serveru Startovač.cz. (Hospodářské noviny 2015, online) Kampaň probíhala do 30. 6. 2015 a během té doby se projektu podařilo vybrat 2 154 486 korun, čímž překonali žádanou částku 750 000 o 287%. Kampaň DVTV udělala vybranou částkou rekord na poli českého crowdfundingu, který zatím nebyl překonán. (Marketing journal 2015, online)

Příprava obsahu

Aktuální formáty

DVTV nabízí divákům aktuálně čtyři formáty obsahu. Vše se zatím točí primárně kolem rozhovorů Daniely Drtinové a Martina Veselovského. Spíše přidruženě působí další tři typy, kterými jsou živý přenos, Stand up Martina Veselovského a DVTV Forum.

Rozhovor Daniely a Martina

Jako „vlajkovou loď“ projektu můžeme jednoznačně označit rozhovory s hosty v podání Martina Veselovského a Daniely Drtinové. Dokážou zpracovávat jak aktuální témata, tak hlubší sociální, zdravotnické i jinak odborné problematiky.

V aktuální formě dosahují rozhovory přibližně 20 minut a jsou vedeny ve většině případů s jedním hostem. Už jen proto, že se jedná o nejpoužívanější formát, dostal i největších změn. Za dobu dvou let se ho celému týmu podařilo posunout do co nejfunkčnějšího stavu.

„Na začátku ten formát vypadal trochu jinak, točili se ty rozhovory delší a rozstříhávaly se. To se vůbec neujalo. To průkopnictví bylo v tom, že nikdo nevěděl, jak dlouhý rozhovory je divák schopný sledovat a hlavně dokoukat až do konce. Všichni nám říkali že tři čtyři minuty jsou maximum. Jenže my jsme zjistili, že naši diváci ta kratší videa vůbec nechtěli. Chtěli patnáct, dvacet minut, jako byli zvyklí z televize. Třeba naše průměrná sledovanost videa je šestnáct minut, což je úžasný“, říká o evoluci rozhovorů Čestmír Strakatý. (Strakatý 2016)

Pestrost vnáší do rozhovorů kromě množství hostů i samotní moderátoři. Svým rozdílným přístupem k vedení rozhovoru, rozpracování témat i délce samotného rozhovoru dokážou vytvářet stále jiné díly.

„Každý z moderátorů k tomu má navíc trochu jiný přístup. Každý se jinak připravuje a jinak vedou i samotné rozhovory. Zatím co Daniela má ráda, když se téma vyčerpá. Že to, co si připraví a kam chce hosta dovést, tak že k tomu dojde. To znamená, že když to trvá půl hodiny, tak to prostě trvá půl hodiny. A mně osobně to nevadí. Navíc podle ohlasů to nevadí ani divákům. Martin se zase naopak připravuje trochu méně detailně a jde mu více o interakci. Proto jsou i statisticky rozhovory s Martinem přibližně o 5 minut kratší, než rozhovory s Danielou”, dodává k tomuto formátu Strakatý. (Strakatý 2016)

Živé vysílání

Přímé přenosy se dostaly do pravidelnějšího vysílání až po příchodu Filipa Horkého, který stejně tak jako zbytek týmu přešel z České televize. Filip Horký rozšířil tým na konci října 2015. *„Chceme ho posílat tam, kde se děje něco podstatného, co by mělo naše diváky zajímat. Budeme experimentovat s novými formáty, možnostmi natáčení a zprostředkování informací pomocí moderních technologií,”* (Aktuálně.cz 2015, online) řekl na podzim 2015 v rozhovoru pro Aktuálně.cz Strakatý a zpětně mu můžeme dát za pravdu. Od příchodem Horkého můžeme sledovat formáty, které zatím v české žurnalistice neměly obdoby. Tým začal například experimentovat s přímými přenosy pomocí mobilních telefonů. Z technického hlediska se na živá vysílání podíváme v další části.

DVTV Forum

Formát, který nazeprve podobnost s Hydeparkem v České televizi. Je stopáží mnohem delší, než ostatní formáty DVTV. Navíc je jediným formátem, který je ze studia vysílám živě pro veřejné publikum. Vytvořeny zatím byly tři díly – s Martinem Veselovských, Danielou Drtinovou a Jindřichem Šídlem. Formát moderuje Filip Horký.

„Stand up Martina Veselovského“

Uvozovky v názvu pořadu nejsou náhodou. Tento typ pořadu je v DVTV tak krátce, že mu zatím nebylo vymyšleno jméno. Jedná se vtipnější obsah s délkou kolem sedmi minut. Martin Veselovský v něm glosuje aktuální témata. Podrobnější informace jsou uvedené v části Inspirace.

Vytváření témat a skladba vysílacích a natáčecích dnů

Skladba vysílání

Běžný všední den tvoří skladbu vysílání tři videa. O víkendu je to pak video pouze jedno. *„Já se snažím dělat skladbu těch dnů jak natáčecích, tak vysílacích tak, aby to bylo pestré. Aby to nebyly tři politický témata, třeba třikrát Babiš, nebo třikrát nějaký náměstek. Pak zase další den tři umělci. Je potřeba to nějak namíchat. Ideální den podle mně je třeba včerejšek, (19. Dubna) kdy jsme měli ve studiu ministra spravedlnosti Pelikána, pak jsme točili s doktorkou o ALS a pak jsme točili s Lud'kem Staňkem o televizní zábavě, o tom, jaký to je bizár. Vlastně to je pro mně ideální den. Problém je, že doktorka se musela domluvit týden dopředu, Staňk je kámoš, takže ten přišel v pohodě. Ale obecně, já když se teď podívám do kalendáře, tak tu mám hosty, kteří přijdou za měsíc. Ale jsou to jednotlivci, třeba dva hosti v týdnu. Například tu máme Evu a Vaška, nebo Soňu Červenou. Máme třeba Závise domluveného na 17. května a pak tu jsou lidi, které domlouváš ze dne na den. Třeba toho Pelikána jsem domluvil v pondělí na úterý. Ale ne vždycky se to povede.*

Taky jde o to, že lidi po nás chtějí, abychom reagovali na aktuální věci. Nechtějí to pořád a nechtějí o tom tři rozhovory denně. Ale chtějí, že když se něco stane, tak abychom to zahrnuli do vysílání. To znamená, že my musíme být na jednu stranu nadčasoví, protože ta větší jména, herci, umělci, se musí domlouvat dále dopředu a musíš s nima počítat. Pak to akorát doplňuješ okolo. Ono je to vlastně taková alchymie. Ty si ten týden musíš zaplnit. Jednak musíš mít co hrát a zároveň musíš mít i silný témata, aby ses dostal na sledovanost, kterou potřebuješ. Zároveň musíš sledovat dění a zároveň tam musíš mít i politiku, protože diváci jí po nám vyžadují. Ne vždycky se to povede.” (Strakatý 2016)

Otázku výběru hostů jsem se snažil rozšířit o informaci, jestli se například při více exponovaných tématech snaží editoři zvát do studia i “druhou stranu”. Čestmír Strakatý mi odpověděl: *„My jsme teď v situaci, že tohle klasický vyvažování, jako například v České televizi, kde vedle sebe posadíš Kalouska a komunistu, aby to bylo v pořádku,*

dělat nemusíme. Snažíme se, ale ne vždycky to jde. Třeba teď nedávno jsme tu měli Pavla Novotného, který kritizoval Ondřeje Vetchého. Takže sem potom pozveme Vetchého. Ale ne vždycky spolu ty dvě strany chtějí komunikovat. ... Když Tomáš Hečko plival na Blesk kvůli inkluzi, tak prostě šéf Blesku k nám přijít nechtěl, protože k nám prostě chodit nebude. Podobně k nám nechce chodit Tomio Okamura a pár dalších, který můžeš chtít, ale oni stejně nepřijdou.” (Strakatý 2016)

Operativní řešení

S obsahem se snaží editoři pracovat podle aktuálních situací. Jelikož nejsou vázáni žádným pevným redakčním plánem ani přesnými minutami, můžou vypouštění a finální výběr dílů řešit operativně v danou chvíli. Na otázku, zda se může stát, že editor nedodrží tři díly ve všední den Čestmír Strakatý odpověděl: *„Jasně. Oni někdy jsou čtyři a někdy jsou dva. Co se týče vysílání, tak mi reagujeme hodně na to, jak funguje sledovanost.“* (Strakatý 2016)

Teď v pondělí jsme měli jenom dvě videa, protože obě dvě fungovala skvěle. To byla Bára Rektorová, která měla hodně silnej příběh a pak šéf českého telekomunikačního úřadu, který mě překvapil tím, jakou měl sledovanost, a ten byl o boji s operátora. A tyhleti dva lidi nám udělali 224 000 unikátních návštěv. Což je mimochodem jeden z našich zatím nejsilnějších dnů od začátku roku.

Další den jsme měli hned ráno muslimskou studentku z Teplic, pak dobrovolníka z idomeny a pak ještě učitele jógy. A na nich jsme měli 170 000 návštěv za celý den za všechny tři videa. V průměru je to tak, že pro nás je úspěšný den, když se dostaneme ke 150 000 tisícům. Už to je o polovinu více, než jsme měli minulý rok. Když se hodně podaří, dostaneme se i přes 200 000.

„Mně je fakt úplně jedno, jestli mám za den dvě, tři, nebo čtyři videa. Mě nic nenutí. Záleží na tom, jak si to chci poskládat a co je zrovna aktuální.” (Strakatý 2016)

Editoři pracují s obsahem dost striktně. Ve vysílání nedávají prostor žádným redakčním změnám v obsahu a diváci mohou mít jistotu, že to, co host ve studiu během svého

rozhovoru řekl je přesně to, co si pak mohou pustit na internetu. Tento fakt jim musíme věřit, jelikož během prostřihu mezi více kamerami by se snadno dala část záznamu odstranit. Zajímavější mi nicméně přišla otázka, ne jestli zasahují do obsahu, ale zda se může stát, že díl neodvysílají vůbec. Editor přiznal, že za jeho působení v projektu se to stalo dvakrát. *„Jednou to bylo kvůli tomu, že přišli Nepálci, kteří měli mluvit česky, ale neuměli mluvit česky. Takže to video nebylo použitelné. Podruhé tady byl šéf Kurdské organizace v Česku, který mluvil o teroristických útocích v Turecku. A on mluvil o tom, že to nebyli Kurdové. Druhý den se pak ukázalo že to Kurdové byli a celý rozhovor byl znehodnocený”*, objasňuje situaci Strakatý. (Strakatý 2016)

Natáčecí dny

Tým DVTV vytvoří přibližně 15 rozhovorů s Veselovským a Drtinovou týdně. V průměru pak každý týden vznikne 5 videí Filipa Horkého. Což při součtu 20 dílů dává počet, který se většinou nedokáže za týden odvysílat. Editoři si pak mohou nechávat některé díly do zásoby pro případ, kdyby potřebovali zaplnit chybějící místo, rozšířit spektrum jednoho dne, nebo nepotřebují od dílu zaručené výsledky.

„Třeba v tuhle chvíli já vím, že tu mám zásobu šesti videí, která jsou nadčasová a připravená k odvysílání. Některá nich jsou lepší, některá horší. Ono se taky některé video nepovede. Takže je mám schované a vím, že je zahraju někdy, když budu vědět, že od nich nepotřebuju tu sledovanost. Ale mám je tam,“ – dodává k tématu Strakatý. (Strakatý 2016)

Inspirace

Jak už jsem zmínil v předchozím textu, projekt DVTV je v české žurnalistice ojedinělý. Zajímalo mě tedy, jestli se tvůrci inspirojí v zahraniční žurnalistice, nebo do jaké míry se jedná o jejich vlastní invenci. Čestmír Strakatý se k tomu vyjádřil takto: *„U rozhovorů je ta inspirace, i co se vizuální stránky týče, hodně u německých televizí, BBC a podobně. Co se týče formátu standupu Martina, tak ten je inspirován Johnem Oliverem. Chtěli jsme ho dělat už loni v červenci. Měli jsme dokonce připravený jeden*

pilotní díl na kouče Růžičku. Nakonec nám to ale nevyšlo a odložili jsme to. Já jsem s tím přišel za Martinem, že bych chtěl dělat takovouhle vtipnější, trochu víc komentativní show a to se teď povedlo. Martin je tomu hodně otevřený a navíc mu to dost sedí.

To, co dělá Filip, to je zase trochu něco jiného. To je víc takový ten mobilní, internetový žurnalismus. Tam je zase inspirace od různých youtuberů, spíš serióznějších tedy. Taky CNN to hodně dělá. Tam ta invence je ale hodně ze strany Filipa, který všechny tyhle věci dost sleduje. Já jsem ho sem přivedl hlavně proto, abychom dělali více reportáží z terénu. On sám se pak hodně posunul přímo ke živému vysílání. U něj je pak možné najít inspiraci možná trochu překvapivě například na Russia Today.” (Strakatý 2016)

Budoucnost obsahu v DVTV

Projekt momentálně produkuje čtyři formáty – rozhovory, živé přenosy, standup a DVTV Forum. Na otázku, jak vidí další posun obsahu a zda půjde spíš o prohlubování dosavadních typů, nebo jestli se chystají přidat nové odpověděl editor dost obecně: „*Jsmo otevření tomu jít dál a určitě chceme. Nicméně určitě ne teď za podmínek, které tu jsou. Je to spíš otázka finanční.*” (Strakatý 2016)

Technické řešení

Počátky vysílání

DVTV kromě toho, že na české scéně produkuje ojedinělý obsah, má i dost originální pojetí záběrů a vůbec celé skladby. Na televizní zpravodajství je možná až moc odvázaná, ale zase to není úplný „youtuberský” punk. Dokázali si vzít z každého to nejlepší a složit z toho záběry, které nenudí, ale ani neruší. O technickém řešení jsem se bavil s kameramany Tomášem Svobodou a Janem Pospíšilem. Své mi k tématu řekla i střihačka Hedvika Bernáková.

Autorem konceptu je po stránce záběrů podle kameramana Pospíšila „...bývalý spolupracovník Jana Rozkošného Jan Dufek, který s ním pracoval v České televizi. Tyhle ty parametry (informace o rozmístění kamer apod.), na který ty se nás tady ptáš, tak ty tu byly vlastně ještě předtím, než jsme sem nastoupili. Na začátku je nastavoval Honza Dufek, který dřív pracoval právě s Honzou Rozkošným v České televizi. A on tady nastavil tenhle model, ten rámeček toho, jak by to asi mělo vypadat.” (Pospíšil 2016)

Natáčení ve studiu

Rozhovory DVTV jsou rozpoznatelné díky velké míře úzkých záběrů na moderátora a hosty (popřípadě hosty) které se střídají mezi sebou a s hlavním záběrem na celek. První díly byly točené na tři záběry s tím, že hlavní, boční záběr na dvě proti sobě sedící postavy byl natáčen na kameru, do které byl i sveden veškerý zvuk. Tento záběr pak doplňovaly další dva, které už byly pořízeny na zrcadlovku a byly směřované jeden na moderátora a jeden na hosta.

„Ten obraz, takový rozhovorovější, přes rameno, byl daný úplně od začátku. Chtěli jsme to celé udělat víc kontaktní. Byla to ale zase věc, kterou spousta lidí, kteří jsou z oboru, nemohla moc vydýchat. Že je při pohledu na moderátora přiznaný host a naopak, že ruší ten obraz, nedejbože když je vidět ucho zezadu a podobně.

Ona ta původní myšlenka byla možná ještě víc takový divoká. Původně se to mělo točit z ruky a podobně. Celé to vycházelo z toho, jak to vznikalo “na koleně”. Mělo to mít mnohem víc takový ten “blogersko-youtuberskej look”. Tam od začátku nebyla touha po něčem úplně čistém a dokonalém. A do teď to má vlastně ten potenciál být trochu punkovější”, říká kameraman Tomáš Svoboda. (Svoboda 2016)

Nešlo však jen o otázku vzhledu. Úzké záběry mají v DVTV jeden praktický účel. *„Zjistili jsme, že nás velké procento lidí sleduje na mobilních telefonech. Proto jsme se rozhodli tomu přizpůsobit i záběry. Snažíme se je dělat hodně detailní, aby na těch malých displejích bylo něco vidět. Kdychom dělali záběr jak ve standartních Událostech, tak to bude jako blechy. Sice budeme mít postavu celou, uvidíme nohy a tak dále, už lidem neuvidíme pořádně do obličeje. Proto se snažíme jet spíše v těch detailech. Hedvika má pak možnost popřípadě sáhnout do těch celků, kdyby se jí něco neználo”, osvětluje situaci Jan Pospíšil. (Pospíšil 2016)*

Na otázku, jestli si tím byli jistí od začátku, nebo to je posun, ke kterému došli v průběhu vývoje, Pospíšil dodává: *„Ona tu ta myšlenka, že na nás budou lidi koukat na telefonech byla od začátku, takže obraz jsme měli vymyšlený už od prvního dílu. Pak se nám to akorát celé potvrdilo v průběhu, když jsme měli přesná čísla sledovanosti z jednotlivých zařízení.” Pospíšil*

Co se ale od začátku trochu posunulo je samotná technika. Zejména kvůli finanční situaci se začátky DVTV zaznamenávali na nutné minimum techniky.

„Taky to dost souviselo s tím, že počáteční náklady byly nastavený na nulu. Takže to celý bylo vymyšlený tak, aby se to mohlo točit na levný foťáky, levný objektivy, za použití co nejmenšího množství techniky co nejjednodušší cestou. A on to k tomu postavil tímhle stylem. Že budeme v tomhle místě, směrem do newsroomu,” říká o začátcích Tomáš Svoboda. (Svoboda 2016)

Od začátku je ve výbavě malá ruční kamera, která má na starosti hlavní široký záběr na hosta. Jsou do ní také svedeny všechny zvukové stopy. Záběry na hosta a moderátora pak obstarává dvojice zrcadlovek Canon 70D, které jsou vybaveny setovými objektivy.

Až po delší době přidali kameramani čtvrtý záběr, který pořizují na další Canon 70D a široký objektiv Tamron. Jedná se o druhý „celek“. První kameru, která původně zabírala obě postavy, tedy nasměrovali více „do“ hosta, nový záběr pak vytváří celek moderátora. Ale od začátku nepřibyl jen jeden záběr. Kameramani zapracovali i na stabilitě záběrů a v poslední době můžeme pozorovat, že vysílání ozvláštňují používáním „sliderů“ na širších záběrech. To, co by v klasickém studiu považovali všichni za základ inventáře, v DVTV ze začátku chybělo. Pro pobavení vyprávěl kameraman Svoboda o prvních natáčeních: *„Když si pustíš první díly, tak ty jsou skoro točený z pohledu. Ty jsou dokonce točený z ruky. První tři dny jsme totiž neměli pro každou kameru stativ, takže ho dostal jen hlavní záběr a zbytek kamer se držel v ruce.“* (Svoboda 2016)

Na otázku, jestli je možné záběry ze studia ještě někam posunout odpověděl Tomáš Svoboda: *„Já si myslím, že z tohoto formátu už asi není moc co víc vytěžit. Nevím vlastně co víc bychom mohli přidávat, aby to už zbytečně nerušilo.“* (Svoboda 2016) Jan Pospíšil k tomu dodal: *„Navíc tohle je formát, kde jde primárně o obsah, takže my to vlastně jen podtrhujeme a ani do toho moc radikálně vstupovat nechceme.“* (Pospíšil 2016)

Živé akce

S příchodem Filipa Horkého se formáty rozšířily i o přímé přenosy. Ty si žádají speciální techniky, která je většinou mnohonásobně nákladnější, než ta studiová. DVTV to vyřešila po svém. Stejně, jako když vymysleli způsob, jak s co nejnižším rozpočtem vysílat ze studia, zamysleli se i nad streamem. A na řadu přišly mobilní telefony s tablety.

S pomocí programu Switcher studio si z několika telefonů a tabletů Jan Pospíšil vytvoří mobilní studio se střížnou. *„Jednoduše do toho připojím přes Wi-Fi ty telefony, nebo další počítač, když chci pouštět třeba obrazovku počítače kvůli Twitteru, nebo nějaký prezentace a na iPadu si pak jednotlivý záběry mezi sebou přepínám,“* vysvětluje, jak

vytváří živé záběry. (Pospíšil 2016)

Z hlavního tabletu, kde má náhledy všech záběrů, mezi kterými si může vybírat, pak video rovnou sdílí na Youtube.

To všechno pomocí 4G sítě funguje i v exteriéru, kterou si kameraman vyloženě užívá. *„Těším se na prvního května, až se půjdu zase projít a dělat stream. Navíc je to typ obsahu, který tu nikdo nedělá. Z demonstrací při příjezdu čínského prezidenta máme 7 hodinový záznam. To nemá v České republice obdoby.“* (Pospíšil 2016)

Postprodukce

Po každém rozhovoru putuje sada paměťových karet z newsroomu do zadní místnosti, kde má DVTV své zázemí. Tam také sedí Hedvika Bernáková, která má na starosti stříh všech videí. Rozhovory edituje na 27 palcovém iMacu v programu Final Cut Pro X. Tomuto softwaru se mnozí profesionálové vysmívají, protože jim přijde příliš jednoduchý. Možná právě proto si ho do projektu vybrali. Zvláště, když že se videa nesmí ve střížně zdržet moc dlouho.

„Hedvika tam (do Final Cutu Pro X) nahraje všechny čtyři záběry a pomocí funkce new multicam se jí soubory srovnají pod sebe. Stálé záběry zná a já s Tomášem máme pevně rozdělené, kdo natáčí moderátory a kdo hosty. Takže od nás taky ví, co může přibližně čekat“, popisuje proces stříhu kameraman Pospíšil. (Pospíšil 2016)

Doručování obsahu

Jednotlivé díly DVTV doručují tvůrci divákům zejména přes server Aktuálně.TV, kam jednotlivé díly s krátkým popiskem nahrávají. Odtud je pak sdílějí na své další sítě, zejména pak na Facebook. Právě toto umístění obsahu na Aktuálně.TV prozrazuje nejvíce spojení s vydavatelským domem Economia, pod který server patří.

„My vlastně těžíme z té jejich infrastruktury webových stránek,“ osvětluje situaci

Strakatý, „protože velká část návštěvnosti, která je sice nekvalitní, protože je necílená, přichází z Centrum.cz. U takových těch masovějších videí z něj přijdou až dvě třetiny. Potom je Aktuálně.cz, Hospodářské noviny a náš Facebook, který přináší momentálně asi pětinu návštěvnosti.” (Strakatý 2016)

Některé díly pak můžeme zpětně najít i na Youtube kanálu. Editoři tam nahrávají upoutávky na některé díly, sestřihy nebo speciální videa (jako například žádosti o podporu v soutěži Křišťálová lupa apod.).

Youtube však používají zejména pro živé vstupy, o kterých jsem mluvil v předchozí části. Youtube díky funkci živého vysílání umožnil snadné sdílení právě těchto přenosů. Ty se pak automaticky ukládají do archivu.

Filip Horký navíc při některých událostech experimentoval i s aplikací Periscope (Přes Periscope Horký vysílal například demonstrace 17. listopadu z pražského Albertova). Ta však není v České republice výrazněji rozšířená a narážel tedy na nižší sledovanost, než když pomocí zmíněné aplikace Switcher studio video sdílí přímo na Youtube.

Závěr

Ve své práci jsem se snažil vystihnout vzrůstající tendenci využívání videa v žurnalistice a zaměřit se přitom na blogy. Na začátku jsem si určil dva fenomény, kterým jsem se následně věnoval. Prvním byla zmíněná vzrůstající tendence využívání formátu videa. Zajímalo mě, jestli za ní stojí pouze technický pokrok, nebo se nárůst váže k hlubším souvislostem. Druhým pak byla upozaděnost blogů oproti masovým médiím. Kvůli tomu musí tvůrce klást mnohem větší důraz na kreativitu, aby zaujal své publikum.

Na fenomén jsem se podíval jak z historického, tak z psychologického hlediska. Zkoumáním původních textů a vývojových souvislostí jsem došel k závěru, že se vracíme zpět k původním formám komunikace. Ta byla založena převážně na vizuální komunikaci. Dá se tedy říci, že nejen s lepší dostupností technologií ale i snadným používáním, které neklade výraznější překážky, se dostáváme oslím můstkem zpět k původním zvyklostem.

V teoretické části práce jsem také rozebral psychologická hlediska vlivů zejména neverbální komunikace. Z nich mi vyšly přesvědčivé závěry o tom, že při sledování mluvící osoby vnímáme mnohem více podnětů a jsme si schopni obsah nejen lépe zapamatovat, ale jsme mu také mnohem více schopni uvěřit.

Druhý fenomén jsem vysvětlil zejména v praktické části práce. Tam jsem demonstroval teoretické závěry na případě projektu internetové televize DVTV. Byl mi poskytnut nutný vhlad do fungování DVTV, který jsem potřeboval pro demonstrování předchozích zjištění.

V úvodní části jsem také představil hypotézu, na kterou jsem se snažil svou prací odpovědět. Na otázku zda “je masivní nástup video obsahu pouhý trend, nebo souvisí s technickým pokrokem, který nejvíce vyhovuje představám člověka o sdílení informací a mohou se video blogy dostat do popředí a nastavovat trendy v celých odvětvích” můžu odpovědět díky předchozím zjištěním mnohem přesněji. Masivní nástup videa souvisí

hlavně s technickým pokrokem, který zpřístupnil a zjednodušil nástroje takovým způsobem, že v mnoha případech uživatele nijak neomezují. Trendy mohou nastávat spíše v oblasti komunikačních kanálů, jejichž pokrokem byl celý posun urychlen. Obecně se ale transformace textové komunikace do vizuální jeví jako dlouhodobá.

Druhá část hypotézy se mi potvrdila při studování projektu DVTV, který musel hlavně kvůli počátečním finančním omezením vynalézat řešení, jak začít obsah vůbec vytvářet a dostávat ke svému publiku. Výsledkem byl ojedinělý formát, který v české žurnalistice zatím neměl a stále nemá obdoby. V průkopnickém stylu pokračuje i dnes, kdy například vytváří živé přenosy s pomocí mobilních telefonů a tabletů a k divákům je odesílá přímo z terénu.

Tato práce se věnuje zvyšujícímu se využívání formátu videa v žurnalistice, zejména pak na blozích. V první části jsem se podíval na historický kontext mezilidské komunikace a snažil se najít spojitost mezi společnostmi, ve které spolu lidé komunikovali výhradně slovy, a tou dnešní. Historické aspekty jsem pak rozšiřoval o psychologickou rovinu komunikace. Snažil jsem se zjistit, jak na nás vizuální komunikace, i v případě její zprostředkované formy ve videu, působí, a jak velký rozdíl to může oproti textu být.

Summary

In my thesis I have tried to depict an increasing tendency to use video in journalism and focus on blogs in particular. In the beginning, I set two phenomena that I have subsequently focused on. The first phenomenon was the above-mentioned increasing tendency to use video format. I have sought to learn whether this phenomenon is a matter of technical progress only or if it has any deeper connections. The latter phenomenon was an overshadowing of blogs by the mass media. For this reason, authors have to put a great emphasis on creativity in order to attract their respective viewers.

I have looked at the phenomenon from both historical and psychological points of view. By researching original texts and development connections, I have come to a conclusion that we are returning to indigenous forms of communication. Such form was

predominantly based on visual communication. One can therefore state that not only through better access to advanced technologies, but also through an easy use that doesn't put up noticeable obstacles, we are getting back to our indigenous habits.

In the theoretical part of my thesis I have analysed psychological influence standpoints especially in non-verbal communication. By doing so, I have reached persuasive conclusions on the fact that by watching a speaking person, we are likely to remember a big part of the transmitted content and that we are also more likely to believe it.

I have explained the second phenomenon in the practical part of my thesis. Therein I have demonstrated my theoretical conclusions on the case of DVTV Internet channel TV. I have been provided with an insight to the operating of DVTV which I needed to demonstrate my previous theoretical findings.

In the introduction part, I have also presented a hypothesis that I have sought to answer in my work. "Is the massive development of video content a trend only or is it related to a technical progress that satisfies one's vision of sharing information? Can video blogs get to the forefront and set trends in whole branches?" These questions can be answered due to my previous findings much more precisely. A massive arrival of video is related to technical progress that made accessible and more user-friendly the tools in such a way that in many cases they do not limit a user in at all. Trends can be set in the communication channels field by the development of which the whole process has been accelerated. In general though, the transformation of textual communication to a visual one seems to be a long term process.

The second part of my hypothesis has been confirmed while I have studied the DVTV project that, especially in the beginnings, had to invent solutions to create the content and reach its audience while dealing with fiscal limitations. The result was a unique format that has not seen a parallel in Czech journalism yet.

It still continues in its progressive style nowadays when it, for instance, broadcasts live through smartphones and tablets and sends it to the audience straight from the field.

Použitá literatura

Jiráček, Jan. 2015. Masová Média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál.

Mander, Jerry. 2000. Čtyři Důvody Pro Zrušení Televize. Online. Sociálně-Ekologická Edice. Brno: Doplněk. <http://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html>.

Trampota, Tomáš, and Martina Vojtěchovská. 2010. Metody Výzkumu Médii. Praha: Portál. http://toc.nkp.cz/NKC/201009/contents/nkc20102110012_1.pdf.

Köpplová, Barbara, and Ladislav Köppl. 1989. Dějiny Světové Žurnalistiky. Online. Praha: Novinář. <http://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html>.

Postman, Neil, and Steve Powers. 1992. How To Watch Tv News. New York: Penguin Books.

Kunczik, Michael. 1995. Základy Masové Komunikace. Online. Praha: Karolinum. <http://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html>.

Osvaldová, Barbora. 2011. Zpravodajství V Médii. 2. vyd. Praha: Karolinum.

Burgess, Jean, and Joshua Green. 2009. Youtube: Online Video And Participatory Culture. Online. Digital Media And Society Series. Cambridge: Polity. <http://site.ebrary.com/lib/cuni/Doc?id=10691518>.

Ball-Rokeach, Sandra J., and Melvin L. DeFleur. 1996. Teorie Masové Komunikace. Online. Praha: Karolinum. <http://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html>.

Šmíd, Milan. 1989. Televize Ve Světě. Edice Československé Televize. Řada 1. Praha: Československá televize.

Rettberg, Jill W. *Blogging*. Cambridge, UK Malden, MA: Polity, 2014.

web:

Supermonitoring [online]. 17. Května 2010 [1. Května 2016]. Dostupné z
<http://www.supermonitoring.com/blog/youtube-facts-and-figures-history-statistics/>.

Youtube: Statistics [online]. [1. Května 2016]. Dostupné z
<https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>

Česká televize [online]. 24. 2. 2014 [3. Května 2016]. Dostupné z
<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1046862-veselovsky-i-drtinova-odchazi-z-ceske-televize>

Mediaguru [online]. 6.6. 2014 [3. Května 2016]. Dostupné z
<http://www.mediaguru.cz/2014/06/dvtv-hlasi-za-prvni-tyden-400-tisic-prehrani/#.VzELeMdwWRs>

Česká televize [online]. 19. 11. 2015 [3. Května 2016]. Dostupné z
<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1621751-projektem-roku-v-ankete-kristalova-lupa-2015-je-dvtv>

Hospodářské noviny [online]. 27. 8. 2015 [3. Května 2016]. Dostupné z
<http://domaci.ihned.cz/c1-64077760-dvtv-slavi-prvni-narozneniny-v-nedeli-spusti-crowdfundingovou-kampan>

Marketing journal [online]. 1. 7. 2015 [3. Května 2016]. Dostupné z
http://www.m-journal.cz/cs/aktuality/dvtv-vybrala-na-startovaci-pres-2-1-milionu-korun--prekonala-plan-o-287--_s288x11434.html

Aktuálně.cz [online]. 21. 10. 2015 [3. Května 2016]. Dostupné z
<http://zpravy.aktualne.cz/domaci/filip-horky-prichazi-do-dvtv-na-strankach-aktualnecz-se-bude/r~2ed2ea54781011e5b22d002590604f2e/>

PR Newswire [online]. 5. 10. 1999 [3. Května 2016]. Dostupné z
<http://www.prnewswire.com/news-releases/apples-imovie-software-brings-digital-video-editing-to-consumers-and-classrooms-76450427.html>

e-článek:

RYAN, Paul. A genealogy of video. *Leonardo*, Vol. 21, No. 1 (1988), s. 39-44 [28. dubna]. Dostupné z www.jstor.org/stable/1578414

Seznam příloh

**Příloha č. 1: Rozhovor s Čestmírem Strakatým vedený 19. Dubna 2016 v Praze
(rozhovor)**

**Příloha č. 2: Rozhovor s kameramany Tomášem Svobodou a Janem Pospíšilem
vedený 19. Dubna 2016 v Praze (rozhovor)**

Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor s Čestmírem Strakatým

Jaký je váš vztah s Economii?

My jsme sice přidružení k Economii, ale v podstatě tam žádná spojitost není. Jsou to dvě firmy, které spolu mají nějaký smluvní vztah, který je založený na tom, že my jim dodáme půl hodiny rozhovorů denně a oni nám za to zaplatí. A to je všechno, co máme s Economii společného. Tedy kromě toho, že sedíme v jejich domě a oni nám dali nějaké peníze ze začátků do techniky.

Vlastně trochu těžíme z jejich infrastruktury webových stránek, protože velká část návštěvnosti, která je ale bohužel nekvalitní, protože je necílená, přichází z Centrum.cz. U masovějších videí zhruba dvě třetiny návštěvnosti přijdou odtud. Potom je Aktuálně.cz, Hospodářské noviny a náš Facebook, který dává momentálně asi pětinu.

Já jsem si to představoval tak, že všechny blogy, ať už videoblogy nebo textové, musí být oproti mainstreamové konkurenci mnohem více progresivní, aby si utrhly to své procento čtenářů, potažmo sledujících.

Přesně tak. Tahle svoboda a moc se rozhodnout, že uděláme jednou například shrnující video à la John Oliver, které teď děláme s Martinem, nebo jak jsme zkoušeli DVTV Forum, mimochodem to jsou dva formáty které rozhodně budeme dělat dál, to je všechno dobré. Ale pokud to překoná nějakou hranici, za kterou my teď už rozhodně jsme, tak se dostáváme na nějaké finanční možnosti, které pro nás už začínají být neunosné.

Malý tým je dobrý v tom, že se člověk může jakkoli rozhodnout, ale ve výsledku, když jsou na něco potřeba peníze, tak jsou ta jednání, v našem případě s Economii, hrozně složitá. My s nimi musíme jednat, protože máme nějaké smlouvy o tom, co a jak se bude publikovat, a de facto všechno, co publikujeme, bychom s nimi měli probrat,

protože oni do toho můžou mluvit. Ne obsahově, ale spíš co se týče formátů a nasazování. A to jednání je hrozně složité.

Čili my jsme vlastně nezávislí a můžeme si dělat jaké formáty chceme a de facto co chceme, ale jestli chceme, aby z toho bylo něco pro nás, aby z toho byla nějaká reklama, aby z toho byly nějaké peníze pro Economii a potom potažmo i pro nás, tak ta jednání tu stejně jsou.

Tím pádem to možná není úplně čistý blog nebo vlog, jak si zmínil na začátku. Protože přesto, že jsme nezávislí, tak nějaká omezení tu pořád jsou. Klademe rozhodně důraz na kvalitu, ostatně proto jsme možná úspěšnější. Myslím, že právě ta kvalita obsahu je to, co lidi zajímá a pro co za námi jdou.

Takže to není tak, že bychom si mohli říct, že na všechno kašleme a budeme odteď točit všechno za běhu na iPhone.

Na začátku nám dala Economia peníze na dva foťáky, jednu kameru, jedno světlo a jelo se. To by rozhodně nebylo možné před deseti lety, možná ani před pěti. Navíc to, co teď děláme za živé vstupy na iPhone a iPad, tak to je taky kvalita, za kterou se nemusíme stydět. Naposledy jsme dělali přenosy z demonstrací při příjezdu čínského prezidenta, a ty byly čistě na tři telefony.

Chtěl bych se zeptat na historii. Vy jste teď na nějaké pomyslné čáře, kam jste se dostali za první dva roky. Můžeš mi popsat, jak probíhal vývoj?

Já musím hned zkraje podotknout, že tu nejsem úplně od začátku. Teď je to myslím rok a dva měsíce. A co se týče týmu, tak tam k moc velkým posunům nedošlo. Přesto, že děláme mnohem delší rozhovory a děláme jich mnohem víc, začali jsme dělat roadshow a ten nový Martinův formát, který stále nemá jméno, tak tým se za celou dobu nijak nerozšířil. Pořád je to deset lidí.

Můžeš mi tým trochu představit?

Strukturu DVTV tvoří šéf, dva editoři, dva moderátoři, jeden člověk na rešerše, jedna slečna, která dělá produkční a zároveň se stará o Facebook, dva kameramani a jedna střihačka.

Obsahově na tom, co točíme, jak to točíme a jak se ty rozhovory dělají, tak to de facto dělám jen já a druhý editor.

Od té doby, co Martin s Danielou odešli z televize a Honza Rozkošný s Honzou Úředníkem taky, tak se tu začalo vyjednávat s několika partnery, kteří nabízeli možnosti co a jak by se mohlo dělat na poli internetových rozhovorů. A nabídka, která přišla z Economie, byla jednoznačně nejlepší. Vedle toho finančního a logistického zázemí, které nabízela, dovolovala i svobodu nenavázání se na Babiše, nenavázání se na Soukupa.

Na začátku ten formát vypadal trochu jinak, točily se delší rozhovory, které se rozstříhávaly. To se vůbec neujalo. Průkopnictví bylo v tom, že nikdo nevěděl, jak dlouhé rozhovory je divák schopný sledovat a hlavně dokoukat až do konce. Všichni nám říkali, že tři čtyři minuty jsou maximum. Jenže my jsme zjistili, že naši diváci ta kratší videa vůbec nechtěli. Chtěli patnáct, dvacet minut, jako byli zvyklí z televize. Naše průměrná sledovanost videa je šestnáct minut, což je úžasné.

Je potřeba vyfiltrovat lidi, kteří kliknou na link, všimnou si, že to je video, což oni nechtějí a jdou pryč. Zbytek, to jsou ti lidé, kteří když se kouknou na první kousek, už to video většinou dokoukají až do konce. Navíc máme čím dál tím větší procento diváků, kteří se vracejí. A i když se vracejí třeba přes Centrum.cz, tak to nejsou lidé, kteří by to viděli poprvé. Kvůli tomu děláme videa čím dál delší. Na začátku jsme se pohybovali kolem 12 minut. Dneska se běžně dostaneme k 25 minutám.

Každý z moderátorů k tomu má navíc trochu jiný přístup. Každý se připravuje jinak a jinak vede i samotné rozhovory. Daniela má ráda, když se téma vyčerpá. Připraví si, kam chce hosta dovést a chce, aby to tam došlo. To znamená, že když to trvá půl hodiny, tak to prostě trvá půl hodiny. A mně osobně to nevádí. Navíc podle ohlasů to nevádí ani divákům. Martin se zase naopak připravuje trochu méně detailně a jde mu

více o interakci. Proto jsou i statisticky rozhovory s Martinem přibližně o 5 minut kratší, než rozhovory s Danielou.

Jak probíhá příprava dílu?

Já dělám skladbu dnů, jak natáčecích, tak vysílacích a snažím se, aby to bylo pestré. Aby to nebyla tři politická témata, třeba třikrát Babiš, nebo třikrát nějaký náměstek a pak zase další den tři umělci. Je potřeba to nějak namíchat. Ideální den byl podle mě třeba včerejšek, kdy jsme měli ve studiu ministra spravedlnosti Pelikána, pak jsme točili s doktorkou o ALS a následně s Luděkem Staňkem o televizní zábavě. To je pro mě ideální den. Problém byl, že doktorka se musela domluvit týden dopředu, Staňk je kamarád, takže to bylo jednoduché. Obecně, když se teď podívám do kalendáře, tak tu mám hosty, kteří přijdou za měsíc. Ale jsou to jednotlivci, třeba dva hosté v týdnu. Například tu máme Evu a Vaška nebo Soňu Červenou. Nebo máme Závíše domluveného na 17. května a pak tu jsou lidé, kteří se domlouvají ze dne na den. Například toho Pelikána jsem domluvil v pondělí na úterý. Ale ne vždy se to povede.

Také jde o to, že lidé po nás chtějí, abychom reagovali na aktuální věci. Na druhou stranu to nechtějí pořad a nechtějí o tom tři rozhovory denně. Ale když se něco stane, tak vyžadují, abychom to zahrnuli do vysílání. To znamená, že my musíme být na jednu stranu nadčasoví, protože větší jména, herci, umělci, se musí domluvat déle dopředu a musí se s nimi počítat. Pak se akorát doplňuje zbytek. Je to vlastně taková alchymie. Ten týden musí být zaplněný. Jednak mume mít, co hrát a zároveň je potřeba mít i silná témata, abychom se dostali na sledovanost, kterou potřebujeme. Zároveň je nutné sledovat dění a obsáhnout i politiku, protože diváci ji po nás vyžadují. Ne vždy se to povede.

Stalo se ti někdy, že bys neměl v jeden den tři díly?

Jasně. Někdy jsou čtyři a někdy jsou dva. Co se týče vysílání, tak reagujeme hodně na to, jak funguje sledovanost. Teď v pondělí jsme měli jenom dvě videa, protože obě dvě fungovaly skvěle. Bára Rektorová, která měla hodně silný příběh, a šéf českého telekomunikačního úřadu, který mě překvapil tím, jakou měl sledovanost. Ten mluvil o boji s operátory. A tihle dva nám udělali 224 000 unikátních návštěv. Což je

mimočodem jeden z našich zatím nejsilnějších dnů od začátku roku. Další den jsme měli hned ráno muslimskou studentku z Teplic, dobrovolníka z Idomeni a pak učitele jógy. Na těch jsme měli 170 000 návštěv za celý den za všechny tři videa. V průměru je pro nás úspěšný den, když se dostaneme ke 150 000 tisícům. Už to je o polovinu více, než jsme měli minulý rok. Když se hodně daří, dostaneme se i přes 200 000.

Mně je fakt úplně jedno, jestli máme za den dvě, tři, nebo čtyři videa. Mě nic nenutí. Záleží na tom, jak si to chce poskládat a co je zrovna aktuální.

Máš nějakou zásobu videí, kdyby ti nějaké vypadlo nebo jsi uprostřed dne zjistil, že bys potřeboval ještě nějaké přidat?

Určitě. My se obecně snažíme točit víc videí, než vysíláme. To znamená, že natočíme v průměru 15 videí týdně Martina a Daniely. Plus ještě nějaká videa s Filipem. Takže dejme tomu, že vyprodukuje 20 videí týdně. A můžeme zahrát dvě, můžeme zahrát tři. O víkendu třeba dáváme jenom jedno. To znamená, že je tam pořád nějaký převis toho, co nám zbývá. V tuhle chvíli vím, že mám zásobu šesti videí, která jsou nadčasová a připravená k odvysílání. Některá nich jsou lepší, některá horší. Ono se taky ne všechna videa povedou. Takže je mám schované a vím, že je pustím ven někdy, když od nich nebudu potřebovat tu sledovanost. Ale mám je tam.

Může se stát, že je vůbec nepustíš?

Za dobu, co tu jsem, se nám to stalo jenom dvakrát. Jednou to bylo kvůli tomu, že přišli Nepálci, kteří měli mluvit česky, ale česky neuměli. Takže to video nebylo použitelné. Podruhé tady byl šéf kurdské organizace v Česku, který mluvil o teroristických útocích v Turecku. A mluvil o tom, že to nebyli Kurdové. Druhý den se pak ukázalo, že to Kurdové byli a celý rozhovor byl znehodnocený. Takže tenhle díl jsme taky nepustili. Nakonec jsme ho ale natočili ještě jednou a on o tom mluvil znovu, ale následný vývoj událostí celý jeho díl zase znehodnotil. Takže jsme ho zase nepustili.

Ještě k tomu výběru hostů. Pokud pozveš hosta k nějakému exponovanějšímu tématu, zveš proti němu i někoho z „druhé strany“?

My jsme teď v situaci, že tohle klasické vyvažování, jako například v České televizi, kde vedle sebe posadí Kalouska a komunistu, aby to bylo v pořádku, dělat nemusíme. Snažíme se, ale ne vždy to jde. Třeba teď nedávno jsme tu měli Pavla Novotného, který kritizoval Ondřeje Vetchého. Takže potom pozveme Vetchého. Ale ne vždy spolu ty dvě strany chtějí komunikovat. Když pozveme Ringo Čecha, tak pak máme zase někoho protizemanovského, takhle se to vyvažuje. Ale když třeba Tomáš Hečko plival na Blesk kvůli inkluzi, tak šéf Blesku k nám přijít nechtěl, protože k nám prostě chodit nebude. Podobně k nám nechce chodit Tomio Okamura a pár dalších, které můžeme zvat, ale oni stejně nepřijdou.

Zajímalo by mě to vaše posouvání hranic formátů. Kde berete nápady na další typy pořadů a kdo s tím přichází?

U rozhovorů, i co se vizuální stránky týče, se hodně inspirováme u německých televizí, BBC a podobně. Co se týče formátu Martinova stand upu, tak ten je inspirován Johnem Oliverem. Chtěli jsme ho dělat už loni v červenci, měli jsme dokonce připravený jeden pilotní díl na kouče Růžičku. Nakonec nám to ale nevyšlo a odložili jsme to. Přišel jsem za Martinem s tím, že bych chtěl dělat takovou vtipnější, trochu víc komentativní show, a to se teď povedlo. Martin je tomu hodně otevřený a navíc mu to dost sedí.

To, co dělá Filip, je zase trochu něco jiného. To je víc takový ten mobilní, internetový žurnalismus. Inspiroveme se u různých, spíše serióznějších youtuberů. Také CNN to hodně dělá. Invence je ale hodně ze strany Filipa, který všechny tyhle věci dost sleduje. Já jsem ho do DVTV přivedl hlavně proto, abychom dělali více reportáží z terénu. On sám se pak hodně posunul přímo k živému vysílání. V tom je možné najít inspiraci možná trochu překvapivě například u Russia Today.

Plánujete rozšířit nabídku formátů?

My teď máme čtyři formáty – stream, rozhovor, stand up a DVTV Forum. Jsme otevření a chceme jít dál. Nicméně určitě ne za podmínek, které tu momentálně jsou. Je to spíš otázka financí.

**Příloha č. 2: Rozhovor s kameramany Tomášem Svobodou a Janem Pospíšilem
vedený 19. Dubna 2016 v Praze (vedl Štěpán Klíma)**

Proč jste začali točit rozhovory tímhle způsobem?

Jan: Zjistili jsme, že nás velké procento lidí sleduje na mobilních telefonech. Proto jsme se tomu rozhodli přizpůsobit i záběry. Snažíme se je dělat hodně detailní, aby na těch malých displejích bylo něco vidět. Kdychom dělali záběr jako ve standartních *Událostech*, tak to bude jako blechy. Sice budeme mít postavu celou, uvidíme nohy a tak dále, ale už lidem nevidíme pořádně do obličeje. Proto se snažíme soustředit na detaily. Hedvika má pak případně možnost sáhnout do těch celků, kdyby se jí něco nezdálo.

Uvažovali jste nad tím už předem, než jste vůbec začali, nebo jste k tomu dospěli až v průběhu, když jste viděli, jak velké procento lidí sleduje vaše videa na mobilních zařízeních?

Že nás lidé budou sledovat na telefonech, jsme si mysleli už od začátku, takže obraz jsme měli vymyšlený už od prvního dílu. Pak se nám to akorát potvrdilo v průběhu, když jsme měli přesná čísla sledovanosti z jednotlivých zařízení.

Tomáš: Ten rozhovorovější obraz přes rameno, byl daný úplně od začátku. Chtěli jsme to celé udělat víc kontaktní. Spousta lidí, kteří jsou z oboru, to ale nemohla moc vydýchat. To, že je při pohledu na moderátora přiznaný host a naopak, že ruší ten obraz, nedej bože, když je vidět ucho zezadu a podobně.

Původní myšlenka byla možná ještě víc divoká. Mělo se to totiž točit z ruky a podobně. Celé to vycházelo z toho, jak to vznikalo „na koleně“. Mělo to mít mnohem víc takový ten „blogersko-youtuberský look“. Nikdy jsme netoužili po něčem úplně čistém a dokonalém. A do teď to má vlastně potenciál být trochu punkovější.

Jak jste se k DVTV vůbec dostali?

Tomáš: Já, i když jsem předtím pracoval jako fotograf a neměl jsem žádné vzdělání v natáčení, jsem dostal nabídku se na projektu podílet. A tu jsem přijal. Tyhle parametry, na které se ptáš, tu byly ještě předtím, než jsme sem nastoupili. Na začátku je nastavoval Honza Dufek, který dřív pracoval právě s Honzou Rozkošným v České televizi. On přišel s tímhle modelem, s rámcem toho, jak by to asi mělo vypadat.

Také to dost souviselo s tím, že počáteční náklady byly nastavené na nulu. Celé to bylo vymyšlené tak, aby se to mohlo točit na levné foťáky, levné objektivy, za použití co nejmenšího množství techniky a co nejjednodušší cestou. A on to navíc postavil tímhle stylem. Že budeme na tomhle místě, směrem do newsroomu.

První díly jsou navíc točené skoro z pohledu a dokonce z ruky. První tři dny jsme totiž neměli pro každou kameru stativ, takže ho dostal jen hlavní záběr a zbytek kamer se držel v ruce. Až časem jsme k tomu přidali další Canon, slidery, víc světel a tak.

Máte nějaký další cíl, kam to technicky posouvat? Je tento formát vůbec posunutelný dál, když pomínu zvyšování počtu kamer a podobně?

Tomáš: Já si myslím, že z tohoto formátu už asi není moc, co víc vytěžit. Nevím vlastně, co bychom mohli přidávat, aby to už zbytečně nerušilo.

Jan: Navíc tohle je formát, ve kterém jde primárně o obsah, takže my to vlastně jen podtrhujeme a ani do toho moc radikálně vstupovat nechceme. Víc si můžeme vyhrát třeba v těch roadshow, ty jsem dělal na jeden iPad a tři telefony. V tom iPadu mám navíc rovnou režii, kde přepínám mezi jednotlivými záběry, můžu dělat přechody a podobně.

To děláš v jakém programu?

Jan: Switcher studio. Jednoduše do toho připojím přes Wi Fi ty telefony, nebo další počítač, když chci pouštět třeba obrazovku počítače kvůli Twitteru nebo nějaké prezentace a na iPadu si pak jednotlivé záběry mezi sebou přepínám.

Myslíš, že je to budoucnost žurnalistiky?

Jan: Já doufám, že ano. Ale možná jen zčásti. Já doufám, že tu ve studiu pořád budeme natáčet na foťáky, protože ta hloubka ostrosti se z telefonu dostat nedá. Stejně tak se nedá zazoomovat. Ale hrozně mě to baví. Těším se na prvního května, až se půjdu zase projít a dělat stream. To je navíc typ obsahu, který u nás nikdo nedělá. Z demonstrací při příjezdu čínského prezidenta máme sedmihodinový záznam. To tu nemá obdoby.

Jak probíhá editace klasického dílu ze studia?

Jan: Hedvika stříhá ve Final Cutu Pro X, nahraje tam všechny čtyři záběry a pomocí funkce new multicam se jí srovnají pod sebe. Stálé záběry zná a já s Tomášem máme pevně rozdělené, kdo natáčí moderátory a kdo hosty. Takže od nás taky už ví, co přibližně může čekat.

Jak dlouho editování jednoho dílu trvá?

Tomáš: Střih je tak na hodinu. Další hodinu pak finální soubor Čestmír vkládá do databáze, píše k němu popisky, tagy a podobně.