

Mediální systém v ČR a postavení veřejnoprávních médií

PŘÍSTUP K INFORMACÍM

- Jeden ze znaků demokratické společnosti
- Nezastupitelnou roli hrají média
- Média vytvářejí veřejné mínění
- Přesycenost mediálního trhu
- Podstatné je nejen informace mít, ale umět s nimi pracovat – MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST
- Mediální gramotnost = nemanipulovatelnost

OBSAH WEBINÁŘE

- Situaci na českém mediálním trhu
- Základní východiska pro vznik televizního zpravodajského příspěvku
- Jazykovou a obsahovou strukturu televizního zpravodajského příspěvku
- Strukturu televizní zpravodajské relace
- Postup při přípravě, natáčení a postprodukcii televizního zpravodajského příspěvku.

ZNÁT = ROZUMĚT



CÍL

- Mediální gramotnost potřebná k analýze televizního zpravodajství
- Argumentační vybavenost pro kritickou diskusi nad problémem mediální výchovy na školách
- Argumentační vybavenost pro kritickou diskusi nad pojmem média veřejné služby a nad smyslem a potřebou jejich existence v demokratické společnosti

FUNKCE ŽURNALISTIKY

- **informování** – média by měla v potřebné míře přinášet informace, které potřebujeme v běžném životě – v rozhodování našeho chování na trhu a ve společnosti jako občané
- **formulování a zveřejňování** – média dělají věc veřejnou z určitých obsahů a problémů, fungují (v ideálním případě) jako jakýsi výstražný systém (hlídači demokracie)
- **určují agendu (společenská témata)** – soustřeďují pozornost na několik málo témat a událostí, které se ocitají ve světle zájmu veřejnosti (odborníci tomu říkají *agenda setting*)
- **kritika a kontrola** – tři pilíře moci (exekutiva, legislativa a zákonodárství) jsou kontrolovány a kritizovány čtvrtou, nestátní mocí – médii. (nutným předpokladem je svoboda slova)
- **zábava** – byla tu vždy, ale získává na důležitosti, jde ale o vedlejší efekt novinářské práce
- **vzdělávání** – se zábavou ustupuje
- **socializace** – média lidi vedu a vychovávají, zprostředkovávají měřítko hodnota normy chování
- **integrace** – staví mosty mezi různými světy a oblastmi života (stále důležitější)

MÉDIA VE SPOLEČNOSTI

Média mají schopnost zásadním způsobem ovlivňovat jednotlivé společenské oblasti. Kvůli médiím se upravují pravidla jednotlivých sportů i celých soutěží. Média se stala hlavním informačním kanálem politické reprezentace i ekonomické sféry směrem ke společnosti a reklama, ať už viditelná nebo skrytá, ovlivňuje zájem lidí o určité výrobky. Rozhovory a debaty v médiích určují, o čem se ve společnosti diskutuje.



FAKTORY OVlivňující CHOVÁNÍ MÉDIÍ

- Vlastnictví
- Legislativní rámec
- Očekávání
- Financování

FINANCOVÁNÍ MÉDIÍ

- Prodej tiskové plochy
- Inzerce
- Koncesionářské poplatky
- Vlastní hospodářská činnost
- Příjem ze státního rozpočtu
- Prodej vlastního výrobku

MEDIÁLNÍ SYSTÉM V ČR

- Duální mediální systém
 - Média komerční (soukromá) – jejich cílem je generovat zisk
 - Média veřejné služby (veřejnoprávní) – cílem je poskytovat veřejnosti službu
 - ČRo
 - ČT
 - ČTK
 - Celorepubliková úroveň + regiony
 - Zahraniční spolupracovníci
 - Dozorčí orgán (Rada)

VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA

- Jejich existence je vymezena zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání (tzv. mediálním zákonem, č. 231/2001. Sb.)
- Zákon o České televizi (č. 483/1991, Sb.)
- Zákon o Českém rozhlasu (č. 484/1991, Sb.)

VEŘEJNÁ SLUŽBA

- Kodex ČT

(dostupný na webu: www.ceskatelevize.cz)

ČT: „Kodex má sloužit nejenom jako vodítko pro správné rozhodování při řešení konkrétních otázek a problémů televizního vysílání, ale současně představuje závazek kvality daný divákům a veřejnosti. Kodex vychází z pojetí veřejné služby zajišťující přístup k informacím, kultuře, vzdělání a zábavě pro všechny občany.“



VEŘEJNÁ SLUŽBA

- Kodex ČRo
(dostupný na webu: www.rozhlas.cz)

„Český rozhlas si musí zakládat na otevřenosti, nestrannosti a nezávislosti. Musí však také dostát povinnosti stát vždy na straně lidské důstojnosti, základních lidských práv a svobod a úcty k přírodě a kulturnímu dědictví. Programy Českého rozhlasu ovládá tvořivý přístup, tolerance a kritické myšlení. Účelem existence rozhlasu jako služby veřejnosti je zajistit veřejnosti zdroj informací, kritické reflexe, umělecké tvorby a zábavy, které jsou chráněny před lobbistickými tlaky. Český rozhlas přispívá k vytváření prostoru pro svobodu slova, myšlení a tvorby, v němž může vyrůstat demokracie.“



POSTAVENÍ MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY

- VEŘEJNÁ DEBATA UŽ OD ROKU 1989
 - SHODA: média veřejné služby patří mezi významné pilíře demokratické společnosti
 - DISKUSE:
 - postavení veřejnoprávních médií ve společnosti
 - smysl jejich existence v demokratické společnosti
 - obsah jejich výstupů

POSTAVENÍ MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY

O tom, jak vnímá média veřejné služby veřejnost, ostatně dobře hovoří i samotné užívání přívlastku „veřejnoprávní“ v běžně mluveném jazyce.

Adjektivum „veřejnoprávní“ začalo i v české slovní zásobě fungovat coby synonymum ke slovu „seriózní“ a antonymum k přívlastku „bulvární“.

ZPRAVODAJSTVÍ

- Jednou ze zásadních funkcí médií veřejné služby je poskytování objektivního a všestranného zpravodajství
 - aktuální
 - pravdivé
 - srozumitelné
 - Nezávislé

To vše s důrazem na obsahovou, formální i jazykovou úroveň.

OSOBNOST NOVINÁŘE

I v oblasti médií platí, že **jde o trh**. O tom, jaký výrobek koupíte, **často rozhoduje obal**. A i v oblasti médií platí, že nablýskaná krabice může skrývat mizerný obsah. Proto je zapotřebí, aby ve zpravodajství pracovali **vzdělaní a zodpovědní novináři**, v případě médií veřejné služby, jejichž cílem je podávat ve všech směrech korektní a relevantní informace, je to pak naprosto nezbytné. Kvalifikovaný novinář je **odpovědná, vzdělaná a nezávislá osobnost**, schopná pracovat s potřebným odstupem

POZICE V TV A ROZHL. ZPRAVODAJSTVÍ

- šéfredaktor
- vedoucí redaktor
- editor
- produkce
- redaktor, natáčecí štáb

Příspěvek = týmová práce

ZPRAVODAJSKÝ PŘÍSPĚVEK

- Příprava
 - najít téma
 - ověřit relevanci informací
 - nabídnout téma editorovi (editor téma schválí, rozhodne o způsobu jeho uchopení a stopáži příspěvku)
 - vybrat a oslovit respondenty (domluvit termín natáčení – respondent musí vědět, že bude rozhovor zaznamenáván, to platí i pro případné telefonické rozhovory, a pro který pořad)
 - objednat si natáčecí štáb u produkce
 - natočit rozhovory a obrazový materiál
 - napsat scénář reportáže (košilku) dle stanovené stopáže
 - předložit košilku ke schválení editorovi pořadu
 - spolu se střihačem zabezpečit finální střih reportáže
 - podívat se na kontrolní projekci (kopr) příspěvku s editorem pořadu
 - vyplnit podklady k reportáži do redakčního systému

TECHNOLOGICKÝ ROZVOJ

- zrychlování – aktuálnost, využívání technologie je všudypřítomné, redakce se staly informačními terminály...
- aktuálnost vs. profesionalita

„Naše společnost se proměňuje tempem, které bere dech, změny probíhají stále rychleji. Je to dáno technologickým rozvojem, v posledních letech především v oblasti počítačů a telekomunikačních technologií. Za těchto podmínek se také žurnalistika stává stále rychlejší. Cílem je co největší aktuálnost. Při událostech světového významu to znamená, že v rozhlase, televizi a na internetu běží živé zpravodajství po celý den. Důsledkem je samozřejmě **vzrůstající povrchnost zpráv**. Novináři mají **méně času na důkladnou přípravu** materiálu a analýzy.“ (Ruß-Mohl, S. – Bakičová, H. *Žurnalistika, komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. s. 27)

ZPRAVODAJSKÝ PŘÍSPĚVEK

- **Scénář**

I když je televizní zpravodajský příspěvek postaven na zvuku a obraze, vždy je před finálním střihem napsán (tzv. košilka)

- kompozice: Dramatická jednota
 - vyvrcholení
 - příčina
 - účinek

scénář televizního zpravodajského příspěvku – košílka

STUDIO:

V Ostravě a Brně vrcholí Měsíc autorského čtení. Vedle domácích spisovatelů se představují také francouzští autoři. Největší hvězdou je mezi nimi Sylvie Germain.

GEROJŠ: Sylvie Germain dočítá, obrovský potlesk

ASYNCHRON:

Sedm let žila Sylvie Germain v Praze, kde učila na francouzském lyceu, a právě v české metropoli se odehrává román „Nesmírnost“, který v Ostravě a Brně představila.

SYNCHRON:

Sylvie Germain – spisovatelka

Odehrává se před, během a po událostech roku 1989, u kterých jsem byla, protože právě v té době jsem v Praze žila. Příběh není v žádném případě autobiografický. Je živený zkušenostmi, které jsem tu načerpala, a lidmi, které jsem tu poznala, ale je smyšlený.

ASYNCHRON:

Sylvie Germain přitom přiznává, že autorské čtení není ve Francii běžnou záležitostí, a není proto zvyklá ze svých knih předčítat sama.

SYNCHRON:

Sylvie Germain – spisovatelka

Jsem zvyklá na výměnu názorů na konferencích, na otázky čtenářů a debatu, ale číst své texty? No, ale dobře - nakonec jsem to zvládla bez problémů.

SYNCHRON:

Petr Hruška – literární historik

Romány Sylvie Germain jsou plné bohatého jazyka, imaginace a mýtických prvků. Je to cesta ze tmy ke světlu.

SYNCHRON:

Jakub Chrobák – literární historik

Je v nich zřejmá inspirace díly latinskoamerických magických realistů.

ASYNCHRON:

Sylvie Germain má ráda i české autory. Napsala třeba knihu o Bohuslavu Reynkovi, mimořádným autorem je podle ní také Bohumil Hrabal.

SYNCHRON:

Sylvie Germain – spisovatelka

Je nejen jedním z nejlepších českých, ale i evropských spisovatelů dvacátého století. Ve Francii ale není podle mne dostatečně známý, čtený a vydávaný – a to mne opravdu mrzí.

STAND UP:

Do konce Měsíce autorského čtení zbývají už tři dny. Konec literárním hvězdám na něm ale rozhodně není. Už za pár hodin se v Ostravě představí Petr Váša, zítra zase Michal Viehwegh, v neděli pak festival uzavřou Jean-Marie Blas de Robles a Patrik Ouředník. Jan Novák, CT Ostrava.

OBRAZOVÁ SLOŽKA PŘÍSPĚVKU

- obraz je nepostradatelná součást jakéhokoli TV pořadu
 - posiluje:
 - atraktivitu
 - přehlednost
 - osobitost
 - interaktivitu reportáže
- Nad obrazovým uchopením redaktor přemýšlí ještě před natáčením

OBRAZOVÁ SLOŽKA PŘÍSPĚVKU

V televizi veřejné služby **není přípustné** situace pro obrazové potřeby **ilustrovat nebo inscenovat**. Stejně tak je třeba v reportáži televize veřejné služby pečlivě **vážít užití obrazového materiálu, který může u diváka vyvolat xenofobní nebo rasistické nálady**, stejně tak je potřeba **opatrně nakládat s archivními a ilustračními záběry**.

ŽIVÉ VSTUPY

- výrazný znak současného televizního zpravodajství
 - Rychlost a autenticita
 - mnohdy užívaný i v situacích, ve kterých působí komicky – hra na autenticitu, popř. efekt z vytěžení technologických možností

NOVÁ MÉDIA

- Propojení technologií: televize, počítače, telefonu do jediného informačního komplexu
- Zpravodajství na webu
- On-line vysílání i archiv
- Využívání sociálních sítí

OBJEKTIVITA VS. MANIPULACE

Příklad: „Je chvályhodné, že město chce dát na projekt Městské galerie tolik peněz. **Ale když už na takový projekt chce dát tolik peněz, mělo by si hlídat, aby to byl projekt dobrý. A tento projekt dobrý není.**“

Historie několikrát ukázala, že **novináři** nemusejí být jen „hlídači demokracie“, ale **mohou se stát také nástrojem manipulace** – stačí si vzpomenout na hitlerovské Německo nebo třeba totalitní Československo. **Vždy záleží na tom, jak novinář či publicista se získanými informacemi naloží**, jakým způsobem je zpracuje, které zmíní, které vynechá a také jaké respondenty si pro účel článku, reportáže, pořadu vybere.

DOPORUČENÁ LITERATURA

- BARTOŠEK, J. *Zpravodajství a publicistika*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001.
- BURNS, L. S. *Žurnalistika*. Praha: Portál, 2004.
- MALLETTE, M. F. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. Praha: Lidové noviny, 1991.
- OSVALDOVÁ, B. – HALADA, J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007.
- RUß-MOHL, S. – BAKIČOVÁ, H. *Žurnalistika, komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada Publishing, 2005
- TUŠER, A. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Sofa, 2003
- VERNER, P. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010.
- VERNER, P. *Zpravodajství a žurnalistika*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010.

Děkuji za pozornost!