



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Mediální komunikace III.

Pojďme se nyní na problém konceptu tzv. zpravodajských hodnot podívat konkrétně, respektive si představit jednotlivé zpravodajské hodnoty. Zde je nutné poznamenat, že autorů, kteří se zabývali zpravodajskými hodnotami najdeme v historii mediálních studií bezpočet. Já zde vybírám takové zpravodajské hodnoty, které skrze svoji praxi v televizním zpravodajství, či i na straně PR považuji za nejrelevantnější, tedy takové zpravodajské hodnoty, u kterých předpokládám největší potenciál.

Jedna z nejvíce citovaných zpravodajských hodnot a nejčastěji detekovaných zpravodajských hodnot je bezesporu **zpravodajská hodnota blízkosti**. Tuto samotnou blízkost můžeme rozložit na několik pod činitelů. Za prvé se jedná o blízkost geografickou. Zkuste si nyní představit mapu našich sousedských zemí a položte si otázku, o které zemi se v českých médiích hovoří nejvíce? Uvidíte totiž, že ona blízkost geografická souvisí ještě s blízkostí kulturní a obchodní. Právě z toho důvodu se nejvíce referuje o Německu, kde dominuje blízkost obchodní, a Slovensku, kde dominuje blízkost kulturní. Zprávy o dění v těchto dvou zemích budou tudíž vždy upřednostňovány před podobnými zprávami z jiných zemí.

Další hodnotou je **důležitost**. Jedná se o hodnotu značně spekulativní a dá se pojmenovat spíše nepřímou jako odraz jakési domnělého obrazu české společnosti, českého jedince a jeho preferencí. Důležitost tedy pracuje s představou, co daná skupina, daný jedinec a společnost považuje za relevantní pro své životy. Neboli zda budou přikládat význam dané zprávě vzhledem k tomu, jak mohou ovlivnit své jednání, spotřebitelské chování, návštěvu úřadu či třeba památek.

Velice pozitivní efekt má zpravodajská hodnota **zosobnění**. Jedná se o případ, kdy můžeme interpretovat nějakou událost skrze konkrétního nositele mnohem. Právě tímto způsobem se lépe ilustrují situace a problémy, které mají svého nositele. Je to účinná cesta, jak se přiblížit publiku. Zkusme si například představit velice abstraktní problém DPH či spotřebních daní,

kdy o něm můžeme referovat skrze ministra financí a skrze konkrétní představitele opozice, kteří proti zvýšení spotřebních daní bojují. Či si zkusme představit soubornou výstavu jedné epochy či několika autorů a přibližování této výstavy skrze jednoho konkrétního umělce či kurátora, který nás danou výstavou provede. Reprezentace události personalizací významně navyšuje míru mediální stravitelnosti.

Velmi výraznou zpravodajskou hodnotou je **odchylka**, čímž musíme odchylku jako narušení normality, jako odchylku od společenských nebo kulturních norem chování či celkového pojetí morálky. Zpravodajská hodnota odchylky právě velmi úzce souvisí s onou strukturální předpojatostí negativity, kdy změna stavu směrem k horšímu, vychýlení se z rovnovážné polohy je moment, který vyvolává velké Divácké očekávání. Připomínám proto ještě jednou, že zpravodajská hodnota je takový faktor události, které zvyšuje míru pravděpodobnosti překročení prahu pozornosti médií. Jako odchylku si můžeme představit kupříkladu jednu z nejcitovanějších kauz z posledních let a to je problém tak zvaného čapího hnízda premiéra Andreje Babiše a jeho fungování jako trestně stíhaného premiéra, což je bezesporu velká odchylka od společenských hodnot a zvyklostí. Zrovna tak jako odchylku si můžeme představit nevhodné chování nějakého umělce či kontroverze, které se vážou na nějaké dílo.

Další zpravodajskou hodnotou je **velikost události**. Odborná literatura popisuje jasnou podmíněnost mezi velikostí události, jejím geografickým ukotvením a míře mediální pozornosti. Smutným příkladem této podmíněnosti je kupříkladu množství ztrát na životech vzhledem k tomu, jak daleko se dané místo nachází od České republiky. Na tomto místě ještě jednou připomeňme zpravodajskou hodnotu blízkosti - geografická, kulturní a obchodní, které tuto podmíněnost dále rozehrávají. Například zpráva, že na Václavském náměstí zemřeli tři lidé jako následek srážky s automobilem, je zpráva. Pokud by ke stejné tragédii došlo ve Vídni, s velkou pravděpodobností bychom o tom v českých médiích neslyšeli. Pokud by ve Vídni zemřelo 10 lidí, už bychom mohli předpokládat, že média se takové tragédie povšimnou. Pokud by zemřelo v Turecku 10 lidí, s velkou pravděpodobností by média tuto zprávu nechala stranou. Pokud by tam zemřel dejme tomu 30 lidí, už by to byla zpráva. Tato smutná logika, tato podmíněnost pokračuje je i ve větším měřítku. Kupříkladu, v Indii by to muselo být 100 nebo 150 lidí, aby česká média věnovala pozornost takové tragédii. Velikost události navíc souvisí i s hodnotou dramatu, což je platné obzvláště v případě válečného zpravodajství. Novináři a média bohužel přistupují na nevyhnutelnou logiku akcelerace a

akcentace dramatu tak, aby byla zachována míra divácké atraktivity. Informování o bombardování v Sýrii nemůže trvat v kuse tři týdny a každý den říkat, že na sýry dopadlo tolik a tolik bomb. Proto se média soustřeďují na konkrétní lidské příběhy, proto se hledají jiné perspektivy, proto se akcentují dílčí lidská dramata (tzv. HLP, hluboký lidský příběh). Platí zde tedy pravidlo, že čím déle se informuje o události, tím dramatičtější musí zpravodajství být.

Další zpravodajskou hodnotou je **periodicita, frekvence** neboli vztah času události vzhledem k výrobnímu cyklu novin či jiného media. Hovoříme tedy o takových případech, kdy se PR agentury či osoby a instituce pracující zejména s politickou a ekonomickou sférou snaží vytvořit mediální události takovým způsobem, aby byly z produkčního hlediska pro média co nejnadhěji zpracovatelné. Jedná se kupříkladu o načasování tiskové konference, vydávání tiskových zpráv či prohlášení takovým způsobem, aby je media dokázala zpracovat a připravit do vysílání či uzávěrky. Je nabíledni, že lze s touto zpravodajskou hodnotou zacházet i v negativním smyslu neboli takovým způsobem, aby se o dané události v médiích nehovořilo.

Infobox

Za jeden z nejtypičtějších příkladů pseudoudálosti posledních 10 let lze jednoznačně určit vniknutí vojenské policie do budovy České televize v roce 2012. O co se tehdy jednalo? Novinář Karel Rožánek se tehdy dlouhodobě zabýval kauzou bývalé ministryně obrany Vlasty Parkanové, která připojila svůj podpis pod tehdy kompromitovanou zakázku nákupu armádní výzbroje. Přesto, že došlo k odtajnění veškerých dokumentů, vojenská policie pod záminkou hledání již zveřejněného dokumentu vnikla v plné zbroji, což znamená se samopaly a vojenskou výzbrojí, do budovy České televize, aby hledala onen dokument. Jednalo se tehdy o zcela bezprecedentní čin, jehož obdobu bychom nenašli ani v dobách komunistického režimu. Tato událost zcela šokovala celou novinářskou obec. Mimo jiné i toho důvodu, jak nešťastně vojenská policie celou akci pojala. Do budovy zpravodajství České televize totiž vznikla brzo odpoledne a trávila tam čas vůbec v nejexponovanějším zpravodajském čase. Vzhledem právě k načasování výrobního cyklu zpravodajství mohla Česká televize prakticky přenášet živě, jak vojenská policie nevybíravým způsobem operuje po celé budově zpravodajství a blokuje zpravodajský provoz. Okamžitě bylo proto vzbuzeno podezření, že takto nešťastný postup, kdy vojenská policie neměla ani žádný soudní příkaz, je ve skutečnosti pokusem o diskreditaci tehdejšího ministra obrany Alexandra Vondry a jedná se

de facto o akci vojenské policie s politickým účelem jeho odstranění. Ať už je pravda jakákoli, můžeme tento příklad považovat za typickou pseudoudálost tedy takovou událost, která splňuje zpravodajské hodnoty přesně takovým způsobem, aby se stala předmětem zpravodajství, ale která je ve své podstatě manipulací, nepravdou a cílenou falší.

Příklad film Vrtěti psem. (druhý typ infoboxu)

Jako další zpravodajskou hodnotu uvedme **jednoznačnost**, kdy definice praví, že zpravodajství nevyžaduje nutně jednoduché události, ale rozsah potenciálních významu musí být co nejmenší. Podíváme-li se na jakoukoliv reportáž kdekoliv na světě, ať už se jedná o Českou televizi či CNN, vždy se reportáž soustředí pouze na několik osob a na několik prohlášení, která jdou zpravidla proti sobě tak, aby se zajistila ona dříve zmiňovaná vyváženost či tak zvaná objektivita. K těmto prohlášení je připojeno několik komentů a zpráva je na světě. Jakákoliv problematika či událost zpravodajství zpracovává na poli 120 vteřin a to takovým způsobem, aby si stihli čtenáři a diváci udělat obrázek sami a to navíc v extrémně krátkém čase. Jaká je struktura reportáže, si řekneme v následující kapitole.

Kontroverzní zpravodajskou hodnotou je **významnost**, která vstupuje do hry často právě v případech kulturní sféry. Významnost se týká ponejvíce právě umělců, kdy se velmi špatně stanovuje objektivně jejich hodnota či význam jejich díla. Oproti tomu v případě sportu či politiky, kde jsou jasně měřitelné výsledky skrze výhru či prohru, respektive skrze volby, můžeme významnost jasně identifikovat. Navíc významnost daného umělce v očích novináře bývá někdy odlišná od významnosti umělce v mysli daného propagátora události. Na tomto místě uvedme drobnou radu, která bude potom v následující části knihy rozšířena. Je třeba aktivně pracovat s předpokladem, že významnost nemusí fungovat na obou stranách komunikace stejně. Je třeba tomu předcházet a volit takového novináře, kteří mají podobný žebříček jako komunikátor akce.

Shoda s očekáváním novinářů je další důležitá zpravodajská hodnota, která funguje nejvíce v politické mediální komunikaci. Jako příklad si uvedeme situaci, kdy má ministr kultury vydat v daný den a v danou hodinu prohlášení či uspořádat tiskovou konferenci. Všichni novináři předpokládají, že ministr řekne něco důležitého k nějaké kauze, že se například kauza vyvíjí apod., novináři na takový moment čekají a počítají s ním jako s budoucím mediálním výstupem. I tato zpravodajská hodnota má svoji negativní po dobu, kdy naopak nenastává shoda s očekáváním novinářů a událost se vyvíjí zcela opačným směrem. Ku příkladu ministr

bez udání důvodu zruší tiskovou konferenci, popřípadě tisková konference proběhne ke zcela jinému tématu. Takovou neočekávanost můžeme chápat jako další zpravodajskou hodnotou.

Infobox

S oním napětím a očekáváním, s touto hrou s předpoklady, se výrazně zapsal do dějin české žurnalistiky prezident Miloš Zeman. Tehdy v roce 2018 ohlásil velkou událost na Pražském hradě několik dní dopředu a nechal novinářskou obec spekulovat nad obsahem jeho budoucího vystoupení. Prezident Miloš Zeman tehdy vystoupil a demonstrativně zapálil červené trenky, které umělecká skupina Ztohoven umístila na střechu Pražského hradu. Novináři oproti tomu očekávali prohlášení týkající se zdraví Miloše Zemana, popřípadě jeho abdikaci ze zdravotních důvodů či jinou vysoce důležitou a třeskatou informaci.

Na jedné straně tedy máme zpravodajskou hodnotu silné očekávanosti a na straně druhé zpravodajskou hodnotu silné neočekávanosti, která generuje další dramata, peripetie a vytváří košatý příběh. Ideálním případem je potom takové dění, které je personalizováno, má jasně dané nositele, kteří jsou ideálně v opozici.

Zpravodajská hodnota, která je zcela mimo rámec potenciálního ovlivnění, je už potom **samotná skladba bodového scénáře**. Nemůžeme předpokládat, že budeme mít v jednom z vysílání či v jednom vydání deníku několik divadelních premiér, několik festivalů či několik tragédií na českých silnicích. Jedná se tedy o skládání bodového scénáře tak, aby se zachovala pestrost, očekávanost a struktura daného vysílání či vydání novin.

Jako další zpravodajskou hodnotu uvedme **vztah události k významným národnostním otázkám**. Tato zpravodajská hodnota velmi úzce souvisejí s otázkou výše zmiňované důležitosti – geografické, kulturní a ekonomické blízkosti. Zároveň se jedná o zpravodajskou hodnotu, která se může vztahovat k nějakému významnému datu, které určuje identitu českých zemí.

Jako poslední zpravodajskou hodnotu uvedme **vztah události k významným osobnostem**. Jedná se o jednu z nejvíce očekávaných a pochopitelných zpravodajských hodnot, které mohou vstoupit významně do hry tehdy, když ostatní zpravodajské hodnoty selhávají. Jako příklad si uvedme kontroverzní výstavu o vídeňském akcionismu v Galerii DOX, o kterou

neprojevila zájem takřka žádná česká média. Osobně si pamatuji na referování o této výstavě, kdy se redaktoři marně snažili přesvědčit editory České televize o důležitosti takové výstavy. Jako poslední krok, který měl vést k přesvědčení editoru, bylo sdělení skutečnosti, že na vernisáž přišel i tehdejší ministr zahraničí Karel Schwarzenberg mající velmi blízko k rakouskému kultuře. Editoři tehdy velmi živě diskutovali o tom, že taková výstava by měla být reflektována zpravodajstvím České televize. Nakonec se tak ale nestalo. Nám tento příklad slouží jako ilustrace případu, kdy významná osobnost a její přítomnost vysoce zvyšuje pravděpodobnost medializace.

Struktura reportáže

Reportáž je základní složkou jakéhokoliv zpravodajského pořadu kdekoli na světě. Je to audiovizuální článek, o němž se někdy říká s úsměvem, že je ve své podstatě novinářskou diagnózou... Že existují novináři, kteří chtějí být v televizi vidět a oproti tomu jsou novináři, kteří chtějí mít podpis pod článkem. My se budeme věnovat v této drobné v podkapitole struktuře reportáže a úloze novináře v jednotlivých složkách. Jak uvidíme, televizní reportáž má stejné složení všude na světě a je jedno, o jaký kulturní okruh se jedná, či o jakou televizní stanici. Pojdme se jako první zastavit u otázky samotné délky reportáže.

Nejčastějším časovým formátem televizní reportáže je formát dvou minut, kratší reportáže mají 70 - 80 vteřin, ty další reportáže mají 100 - 110 vteřin, k čemuž musíme přičíst dalších 15 - 20 vteřin takzvaného studia. Právě **studio** je první složkou jakékoliv reportáže. Je to ta část, kdy moderátor představuje divákům jasně, stručně a výstižně obsah následující reportáže a vytváří vhodnou míru očekávání. Zde je nutno poznamenat, že moderátor používá tak zvané čtecí zařízení, na kterém běží text, a které je umístěno přímo před čočkou kamery, na kterou hledí moderátor. Tento text bývá z velké části napsán samotným novinářem, autorem reportáže a úkol moderátora tkví v přepsání textu „do pusy“. První částí těla televizní reportáže je takzvaný **gerojs**. Gerojs je syrový obraz a zvuk, jehož funkcí je uvést emočně diváka do obsahu reportáž. Jako typický příklad si uveďme reportáž o divadelní premiéře, kde jako první uslyšíme a uvidíme ukázkou z daného divadelního kusu. Jako jiný příklad si uveďme reportáž o opravě dálnice D1, kde jako první uslyšíme zvuk projíždějící auta, či naopak auta stojícího... Gerojs je v současné televizní žurnalistice prvek, který je čím dál tím

víc prosazován právě z toho důvodu, že dokáže navodit patřičné emoční naladění.

Dalším prvkem je **synchron**, jako laici bychom řekli rozhovor. Synchron se nazývá proto z toho důvodu, že vidíme na obrazovce mluvícího člověka a zvuk jeho mluvení zároveň slyšíme.

Dochází tedy k synchronnímu propojení obrazů a zvuku. Synchron bývá často takzvaně překryt, a to buď z důvodu ilustrace informace či z důvodu krytí střihu neboli zásahu do daného rozhovoru. Dalším prvkem je oproti tomu **asynchron**, kterému bychom říkali laicky komentář. Jedná se o takový prvek, kdy vidíme ilustrační obrázky a přes ně běží komentář namluvený redaktorem ve studiu. Obraz a zvuk jsou v tomto případě jsou asynchronní. Proto se říká tomuto prvku asynchron. Velice důležitou součástí televizní reportáže je tak zvaný stand-up. Je to ta část reportáže, která bývá pro mnoho novinářů bývá nejdůležitější, protože jdou vidět na televizních obrazovkách... Reportér, redaktor stojí na místě, které se nějakým způsobem váže na danou událost a divákovi přibližuje atmosféru či zprostředkovává další informace přímo z místa dění. Důležité, stand-up je předtočený! Oproti tomu zde existuje takzvaný **live** neboli „živák“ neboli živý vstup, kdy vidíme redaktora na televizní obrazovce. Vše ale tentokrát probíhá živě na jeden pokus a bez jakékoliv textové podpory. Právě absence textového čtecího zařízení je zásadním rozdílem mezi mluvou moderátora - mluví živě na televizních obrazovkách s podporou čtecího zařízení a mezi redaktorem, který mluví z místa živě bez podpory. V praxi televizního zpravodajství se tudíž jedna pro novináře o jednu z nejméně stresujících činností a tím pádem i o nejméně oceňovanou novinářskou kvalitu - dokázat během 60 - 80 vteřin shrnout vše podstatné jasně a přehledně.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

