



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

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Mediální kultura a moderování

Doc. Ing. Mgr. Irena Žantovská, Ph.D.

Specifika televizní komunikace

Z televizní historie

- 1884 - Paul Nipkow si nechává patentovat svůj kotouč s otvory uspořádanými ve spirále, který rozkládal obraz na řádky složené z jednotlivých bodů obrazu. Tzv. Nipkowův kotouč se stává jedním ze základních prvků mechanické televize. Německo
- 1900 - První známé použití termínu "televize" na pařížské výstavě Expo 1900. Francie
- 30. 9. 1929 - Zahájení pravidelného vysílání mechanické televize na vlnách BBC. Vysílalo se ve všední dny, od 23.00 do 23.30. Velká Británie
- 1929 - První amatérské pokusy o příjem anglického televizního vysílání šířeného na středních vlnách v Čechách.
- 20. 4. 1931 - Zahájení pokusného vysílání mechanické televize v Moskvě. SSSR

Z televizní historie

- 2. 11. 1936 - Zahájení prvního pravidelného vysílání televize na světě. Ve vysílání se střídají Baidova mechanická televize a elektronická televize firmy E.M.I. (Velká Británie). Vysílalo se denně od 15.00 do 16.00 a od 21.30 do 23.00.
- 12.5. 1937 - První přímý televizní přenos (korunovace krále Jiřího VI.). Velká Británie
- prosinec 1937 - Dr. Jaroslav Šafránek podává patentovou přihlášku s názvem "Způsob a zařízení pro barevnou televizi" ČSR
- prosinec 1938 - Šafránkova skupina předvádí první český přijímač. Německo

Z televizní historie

- červenec 1948 - První televizní přenosy z XI. Všesokolského sletu v Praze.
- 1. 5. 1953 - Zahájení pravidelného zkušebního vysílání Československé televize.
- 1953 - adaptace petřínské rozhledny v Praze, zahájení vysílání ze studia v Měšťanské Besedě v Praze.
- 1970 - zprovozněny první část střediska Kavčí hory v Praze a v Mlynské dolině v Bratislavě
- 1976 - zprovozněno barevné studio na Kavčích horách, vybavené čs. technickým zařízením
- 1979 - zprovozněn nový objekt Televizního zpravodajství na Kavčích horách

Historický náhled vývoje po r. 1989

Česká republika patří k zemím, kde existuje tzv. **duální systém rozhlasového a televizního vysílání**. To znamená, že jsou zde vedle sebe dva typy audiovizuálních médií: veřejnoprávní a soukromá. Duální systém vznikl postupně po roce 1991

- Vedle toho se začal poměrně spontánně rozvíjet soukromý vysílací sektor, nejprve v rozhlasovém vysílání, a později také v oblasti televizní.
- Jako první získala licenci na vysílání v roce 1992 televize s názvem **Premiéra** (ale první vysílání proběhlo 20. června 1993), a to pouze pro oblast Prahy a jejího okolí. Až v roce 1994 vstupuje vysílání na území celé republiky a později se přejmenovává na dnešní název **TV Prima**.

Historický náhled vývoje po r. 1989

Skutečným průlomem nejen do ekonomické a podnikatelské, ale i estetické a žurnalistické sféry v audiovizuálním prostředí, byl až vstup televize Nova. Licenci na vysílání získala v roce 1993, první vysílání proběhlo až 4. února 1994.

- **Televize Nova** jako první přinesla do české audiovizuální infotainment, tedy žánr spojující v sobě informační a zábavnou stránku. Zdá se, že dochází na slova Neila Postmana: *„Zábava je zastřešující ideologií veškeré televizní komunikace“*.

Digitalizace TV vysílání

Zásadním průlomem do plurality v audiovizuální programové nabídce byl **proces digitalizace vysílání**. Znamená to přechod z přenosu analogového televizního nebo rozhlasového signálu na digitální. Od 12. května 2000 probíhalo v České republice zkušební vysílání televizního a rozhlasového signálu v digitální podobě (standard DVB-T), na který se postupně přechází místo signálu analogového; zkušební provoz přešel 21. října 2005 na řádné vysílání. Výhodou je především stálá a úplná technická kvalita, a zejména zvýšení počtu televizních programů - namísto jednoho analogového kanálu lze přenášet ve stejné kvalitě až 5 kanálů digitálních.

Postmoderní rysy

Pro postmoderní dobu jsou typické i ve zpravodajství některé stále se rozšiřující tendence, např.:

- využívání skrytých kamer
- používání takové techniky, která umožňuje natáčet i samotným konkrétním účastníkům pořadů
- smazávání výše uvedených limitních hranic a přesouvání se spíše k principu rozkmitu kolem středové osy, tedy směrem k prolínání obou principů, (někdy až k úplnému vychýlení např. při důrazném uplatňování faktografického přístupu, ovšem na půdorysu, někdy i záměrně nepřiznané, mystifikace)

Postupy fikční televize

Podle Johna Cornera mezi primárně fikční prvky, které se stále více zapojují i do pořadů odkazujících se k faktuální televizi, patří mimo jiné:

- pohled přímo do kamery
- přísná koncepce změny a střídání velikosti záběrů
- práce s časovými elipsami
- uplatňování koncepce záběrů a protizáběrů při snímání rozhovorů
- stylizace rychlosti snímání a stylizace pohybu kamer
- koncepční práce s intimitou prostředí
- podřizování aktivity aktérů potřebám záběru

Moc televize

Televize jako nejmocnější masový komunikační prostředek současnosti

„Televize se vždy snaží přisvojovat a vysvětlovat realitu, obzvláště formou narativu. Události nejsou prezentovány v syrovém stavu, jelikož jsou už vždy předmětem konstruující interpretace. Toto zprostředkovávání zpráv pomocí konvencí a kódů (dodejme: především vizuálních), různých formátů zpravodajských pořadů vedlo k tvrzení, že forma zpráv předchází jejich obsah: médium se stává poselstvím.“

(ORLEBAR, J. 2011. Kniha o televizi)

- Masmédia se obracejí k **publiku**, které si neuvědomuje sebe samo coby skupinu s charakteristickými rysy, v důsledku čehož nemůže vyslovit své nároky vůči masové kultuře a nevědomky **podléhá tomu, co se mu předkládá, aniž by o svém podlehnutí vědělo.**
- Masmédia se obracejí k **různorodému publiku**, a přitom se řídí **průměrným vkusem** a **vyhýbají se originálním řešením.**
- Tím, že po celé zeměkouli **šíří jednotnou ,kulturu**, homogenního typu, masmédia **ničí kulturní zvláštnosti** jednotlivých etnických skupin
(U. Eco – Skeptikové a těšitelé, 1964)

Stroboskopický svět

„Vše, co spektakl předkládá jako trvalé, je založeno na změně a musí se měnit spolu se základnou.“ (DEBORD, G. Společnost spektaklu)

Stanislav Komárek pro tuto hru na pravdu a lež, skutečnost a iluze, světlo a tmu, provozovanou médií, především televizí, razí pojem „**stroboskopický svět**“ – podle metafory bleskurychle se střídajících záblesků světla a tmy, v nichž se realita ukazuje fragmentárně, částečně a iluzorně, přičemž **pohyb objektu posouvá stroboskopovaný obraz do ještě větší nejistoty** – je to, co sleduji, ještě pořád aspoň část mozaiky reality, nebo už je to čirá fikce, inscenace, sledující zájem manipulovat vjemem příjemce, a tedy jeho emocí, a v důsledku toho i jeho ráciem, rozhodováním, prioritami, hodnotovými vzorci?

Vytvořená společnost

Habermas – „vytvořená společnost“: „manipulované veřejnosti se místo veřejného mínění vytváří určitá nálada připravenosti veřejně projevit svůj souhlas, vytváří se názorové klima. Manipulativní je především sociálněpsychologická kalkulace nabídek, které jsou adresovány nevědomým sklonům a vyvolávají předvídatelné reakce, aniž by na druhé straně mohly jakkoli zavazovat ty, kteří si takto zajišťují plebiscitní souhlas.“

(HABERMAS, J. Strukturální přeměna veřejnosti)

PROMĚNY RÉTORIKY V SOUČASNÉ MEDIÁLNÍ KOMUNIKACI

Komplexnost rétoriky = 5 oblastí:

1. inventio: vyhledávání symbiotického spojení komunikátora a komunikovaného obsahu v médiu
2. dispositio: kompoziční vzorce a postupy (dvojí) - pro reálnou a zprostředkovanou (televizní) situaci
3. elocutio: styl (výběr stylových prvků ve 4 rovinách)
 - styl redaktora nebo moderátora
 - styl hosta nebo autentické vyprávějící osoby
 - styl pořadu
 - styl média (determinační nadřazenost)
4. memoria: požadavek na přípravu aplikovatelný na řečníka i diváka
5. actio: samotná teleudálost včetně působení na diváky

Pro současnou podobu sledovaného kanálu jsou typické – a to nejen v publicistických, ale též zpravodajských pořadech tři trendy:

1. zvýraznění situačního rámce výraznou vizualizací a estetizací, a to jak ve studiu, tak v exteriéru
2. dialogizace komunikace jako převládající všeobecný princip, i když jde někdy o tzv. simulovanou dialogizaci např. u moderátorů
3. interakčnost ve všech možných podobách a technologických variantách, a to jak v rámci vysílaných pořadů, tak v rámci marketingu a budování image celé televize i jejich jednotlivých „mediálních tváří“

Infotainment ve veřejných médiích

Proměny vizuálního stylu:

1953



1987



2000



2015



Proměny televizní komunikace

koncepční vizualita kontextuální mizanscény - vzájemně determinovaný okruh následujících kontextových modalit

výrazná vizuální proměna prostředí vedla cestou virtuální vizualizace a posílení abstraktnosti prostoru,

navozuje dojem

téměř „dramatického jevištního prostředí“



Proměny televizní komunikace

Proměna studia hlavního zpravodajského pořadu – pohled na prázdné studio



Proměna studia hlavního zpravodajského pořadu – rozmístění moderátorů



Proměny televizní komunikace

Proměna prostředí = proměna atmosféry komunikace:

od intimacy ke zdůraznění širokého prostoru, tedy od komunikace v simulované osobní zóně ke komunikaci oficiálního a formálního charakteru
od simulace předvádění příznakové reality (např. pokoj) k výrazně přiznanému spektakularizovanému prostoru

od simulace domácího přátelského prostředí k prostředí technologickému
od civilního pojetí k akcentaci vypjaté vizuality

od volby teplých nebo pastelových barev a harmonizujících kombinací ke zdůraznění kontrastu a k posílení výrazné, až agresivní barevnosti

od volby přírodních materiálů jako je dřevo nebo textilní tkaniny ke sklu, kovu, umělým hmotám a jejich kombinacím s počítačovou grafikou

od definování prostoru jako služného prvku, který svým charakterem neruší, k prostoru, který si svým uspořádáním vynucuje určité preferované vzorce chování (metaforicky řečeno - od diskuse ke confrontamentu)

Proměny televizní komunikace

prostředí si dále svým ikonicky performativním charakterem vynucuje potřebu stylizovaného kostýmu, který je siluetou i barevností kompatibilní s vizuálem prostředí a zároveň odpovídá navozenému „dramatickému charakteru scény“



Proměny televizní komunikace

vynucuje si potřebu stylizovaného pohybu a dynamiky těla; rozlehlost studia, podpořená způsobem snímání a střihem, záběry na celek (dokonce někdy navozující i panoramatický dojem) s centrálně umístěnou postavou moderátora a jeho posun (z hlediska vnímání diváka) do pozice hlavní osoby



Proměny televizní komunikace

Moderátor se stává „hercem“: sledování různých alternací – všichni nehrají přesně stejně a doslovně, ale všichni naplňují jednotný režijní záměr



Proměny televizní komunikace

situačně a funkčně sjednocená gesta jsou součástí širšího repertoáru gest, postupně se tak vytváří předpolí pro další harmonizaci ilustrativních a regulativních gest, až po – s nadsázkou řečeno – univerzální slovník **ukazovací rétoriky**



Proměny televizní komunikace

slovník ukazovací rétoriky v rámci procesu napodobování a imitace
často **přejímají i hosté ve studiu** a stává se tak pro diváka klíčem
k interpretaci



Proměny televizní komunikace

proces unifikovaného stylizovaného pohybu je pak podpořen jednotnými rekvizitami, jako jsou např. pero



Moderátor se tak někdy prezentuje i vůči ve studiu nepřítomnému hostovi, takže „pocit komunikační bariéry“ je pak zprostředkováván vůči vlastnímu divákovi

Proměny televizní komunikace

Takto pojatá role moderátora umožňuje dialogizaci ve smyslu pokud možno jeho neustálé přítomnosti a zaujímání dominantní pozice ve smyslu "televizácie" předkamerové situace, k jeho komunikační výhodě z hlediska opanování prostoru



Proměny televizní komunikace

Z hlediska akcentování komentátorské složky – mimická reakce moderátora, komentující výroky prezidenta a vytvářející další významovou linii ve smyslu sugestivní implikace.



Proměny televizní komunikace

Proces **budování kontextuální mizanscény** vidíme jako rozhodující předpoklad pro dominantní rys sledované proměny, která představuje:

- cílené budování a posilování role moderátora jako hlavní zobecněné postavy takto pojímaného zpravodajství a publicistiky
- a zároveň formování této role jako institucionalizovaného statusu reprezentujícího veřejnoprávní instituci
- a tudíž nadané odpovídající autoritou a požadující odpovídající respekt, odvozený nikoliv z výsledků práce či diváckých ohlasů, ale plynoucí z výsadního postavení veřejnoprávnosti

Proměny televizní komunikace

Obrovský portrét moderátora předvolební debaty na nás shlíží v dominantní pozici nad samotnými volebními kandidáty.



Proměny televizní komunikace

Komunikační strategie jako cesty naplňování persvazivního stylu a confrontamentu

- rozhovory záměrně nabírají polemické rysy, konfrontace je nastolována, akcelerována a udržována moderátorem
- způsob řízení dialogu a kladení otázek vede k tomu, že výsledný tvar tenduje k žánru výslechu, role moderátora se posouvá směrem k roli vyšetřovatele či soudce
- nastolování situace výslechu se děje pomocí užití otázek – uzavřených, sugestivních, alternativních, vylučovacích, zjišťovacích,
- použití intertextu jako východiska pro konfrontaci, zesměšnění, ironizaci nebo vyjádření moderátorova vlastního názorového hodnotícího postoje

Proměny televizní komunikace

- vědomý ústup moderátorů z neutrální objektivizující pozice k rolím, které programově zdůrazňují subjektivní názory a postoje moderátorů a redaktorů
- moderátor mění spolu s různými podobami své role – vyšetřovatel, soudce, provokatér, komentátor, konzultant, školitel, atd. – nastolování komunikačních stylů tak často a tak rychle, že pozvaní hosté nestačí dostatečně reagovat a struktura rozhovoru se drolí

Proměny televizní komunikace

Celková podoba rétoriky pořadu - nejvýraznější rysy:

- posun od mluveného slova s cílem přednesení významů k vizualizovanému slovu s cílem vyvolání emočně nabitých obrazů původních významů
- posun od objektivního neutrálního nezaujatého pozorovatele k prezentátorovi názorového úhlu pohledu až po reprezentanta vyhraněného zájmového postoje
- posun od racionálně argumentační rétoriky odůvodňování názorů k emocionální apelativní rétorice postojů až po manipulativní rétoriku skrytých zájmů

Proměny televizní komunikace

- posun od deskripce podoby reálné komunikační události přes preskripci až k inscenaci virtuální komunikační události
- posun od pěstovaného individualismu k vyžadovanému formalismu a unifikaci stylotvorných komunikačních prostředků
- posun od hledání přiměřenosti stylotvorných prostředků k existující komunikační situaci v reálném kontextu k modelování a formování komunikační situace v instantním kontextu média

Proměny televizní komunikace

Výše zmíněné charakteristiky pak mohou vést, jak jsme viděli i na dříve uvedených příkladech, v extrémním pojetí většiny dnešních, zejména audiovizuálních médií, ke značně pokřiveným výsledkům:

- jazyková střídmost vede k ikonizaci, zprimitivnění jazyka, eliminaci adjektivů; k užívání téměř holých vět, s občasným emočním zabarvením
- jednoduchost a srozumitelnost se mění v trivializaci sdělení na základě pomyslného nejnižšího společného (inteligentního) jmenovatele
- adresnost a konkrétnost je střídána buď bulvární detailností (zejména týkající se osob dehonestovaných nebo adovaných zpravodajstvím), nebo naopak zamlžující obecností, (z níž má příjemce ovšem získat dojem, že charakteristika se týká celé konkrétní skupiny osob či vybrané instituce, firmy, atd.)

Proměny televizní komunikace

- emocionální údernost a sugestivita bývá dovedena až do extrému – k bulvární útočnosti a k označením balancujícím na hranici žalovatelnosti, (např. výrazy typu lhář)
- živost, obraznost a osobní styl bývá doveden rovněž k extrému, jenž nabývá podobu neopodstatněné subjektivity, kdy podstatné už přestává být to, co je sdělováno, nýbrž to, kdo to sděluje, (což je zejména u novináře ve zpravodajství eticky velmi problematické); argumentace indukcí – příkladem nejčastěji z analogie – často nabízí nevhodné konotativní roviny (např. noc dlouhých nožů, nový Mnichov, atd.)
- poetizace mizí nebo je nahrazena ironizací na hranici bulváru, publicistický styl vede až k hovorovému výrazivu, „řeči ulice“
- logické řetězce a racionální argumentace ustupují klamným argumentům, zdánlivě věrohodně vypadajícím, ale v podstatě jen sofistickým konstrukcím, které mají nikoli rozumovou analýzou prokázat nějaké tvrzení, nýbrž apodikticky podpořit nějaký již utvořený soud

Proměny televizní komunikace

Závěrem:

- postupně se kodifikuje podoba další z rolí moderátora (redaktora) – pozice autority v oblasti znalosti veřejného mínění a do formulování dominantních komunikačních cílů mediálních dialogů se opětovně promítá požadavek funkce výchovné.
- Řečeno rétorickou terminologií: moderátor či redaktor – řečník referent - se proměňuje v řečníka interpreta, ovšem ne ve smyslu osobně autorském, ale institucionálně reprezentačním; osoba moderátora veřejnoprávního média se tak stává ustavovaným ikonografickým stereotypizovaným obrazem dobového úzu pěstovaného rétorického projevu (a rétorického obsahu) o věcech veřejných na veřejnosti.



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

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Děkuji za pozornost!

Doc. Ing. Mgr. Irena Žantovská, Ph.D.



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.

