komparace mediální reprezentace vybrané kauzy v seriózním a bulvárním tisku

**Úvod**

Žijeme ze všech stran obklopeni informacemi z masových médií. V pozdně moderní společnosti se média stala natolik samozřejmou a neoddiskutovatelnou součástí naší každodennosti, že často přebíráme mediální reprezentace událostí jako pravdivé zprávy o stavu světa, snad sem tam trochu nekompletní či nadsazené, nicméně pravdivé. Trochu pozapomínáme na to, že média - navzdory mnohým idealistickým proklamacím - nezachycují svět tak, jak objektivně existuje; jejich znovu-zpřítomnění (re-prezentace) reality je vždy transformací sdělované události, nikoli jejím čistým doslovným přenosem.

Formulování a přijetí předpokladu o specifikách mediální reprezentace vychází ze tří základních předpokladů – či domněnek, hypotéz. Za prvé, předpokládáme, že význam je vždy sociálně konstruován – jinými slovy, naše percepce je vždy zprostředkovaná a zachycuje objekty ve světě jen z určitého úhlu, perspektivy, nikoli celostně. Za druhé, přijímáme tvrzení, že význam je vždy kontextualizován – je vždy významem pro někoho, je interpretován na základě konkrétní zkušenosti a konkrétního ukotvení. Za třetí, vyslovujeme příklon k teorému, že „médium je sdělení“ (Marshal McLuhan), což znamená, že médium není pouhým instrumentem, nevinným nosičem, ale přispívá k modifikaci významu.

Můžeme pak hovořit o mediálním diskurzu (Norman Fairclough), nastolování mediální agendy (Lang a Langová, Maxwell McCombs) či vytváření mediálních událostí (Dayan and Katz). Obecně můžeme shrnout, že média nám sice nediktují, co si máme myslet, avšak mohou do značné míry ovlivňovat, o čem a jak přemýšlíme. Uvědomíme-li si tento základní princip, jsme o krok blíže ke komplexnějšímu vnímání prostředí, v němž žijeme a kde média nejsou jen bezbarvými informátory, ale svébytnými subjekty operujícími v silovém společenském poli.

**Cíl**

Tato přednáška se soustředí na srovnání mediální reprezentace konkrétní vybrané kauzy v seriózním a bulvárním tisku. Úvodem se krátce dotkneme „teoretických“ rozdílů mezi bulvárním a seriózním tisku a zamyslíme se nad tím, zda je v současné době skutečně stále relevantní hovořit o postupující bulvarizaci a homogenizaci médií. Následně bude představen model, jak lze analyzovat titulní stranu novin, se zvláštním zaměřením na hlavní zprávu, a budou předvedeny příklady aplikace tohoto modelu na konkrétní texty. Závěrem shrneme svá zjištění a pokusíme se revidovat úvodní poznámky o rozdílech mezi bulvárními a seriózními novinami.

Tyto materiály dále obsahují návrh, jak může být konceptualizována vyučovací hodina týkající se analýzy zpravodajství v tisku (rozvrhnuto do dvou relativně samostatných částí), a dva studentské handouty, které mohou být při práci použity.

Dále je uveden seznam doporučené literatury.

analýza zpravodajství v tisku / návrh pro dvě vyučovací hodiny

**1 Analýza titulní strany**

Vyzvěte studenty, aby zpracovali základní nástin typických prvků, vyskytujících se na titulních novinových stranách. Prodiskutujte jejich návrhy a sestavte/napište na tabuli seznam těchto elementů. Zeptejte se studentů, jak vnímají důležitost a vhodnost jednotlivých prvků – včetně krátkého vysvětlení.

Rozdejte mezi studenty titulní strany vybraných novin (případně v předstihu požádejte studenty, ať si na danou hodinu každý několikery noviny přinese). Rozdělte studenty do menších pracovních skupin (2-3). Rozdejte jim dále nakopírované handouty (viz handout 1) a instruujte je, jak je s pomocí přidělených titulních stran vyplnit.

Na základě získaných zjištění (vyplněné handouty) se pokuste načrtnout základní kategorizaci mezi novinami, s nimiž pracujete (např. seriózní noviny – Mladá fronta Dnes; regionální noviny: Rovnost atp.). Položte studentům následující otázky:

* Ve kterých novinách a u jakých článků se vyskytují největší titulky? Proč?
* Ve kterých novinách a u jakých článků se vyskytují nejmenší titulky? Proč?
* Které zprávy jsou doplněny fotografiemi? Proč? Korespondují spolu sdělení fotografie a článku? Jaký je mezi nimi vztah – je fotografie jen obrazovým ekvivalentem textu, nebo přináší nějaké nové informace?
* Jak ovlivňuje umístění zprávy míru pozornosti, kterou jí čtenář věnuje, a jaký má dopad na jeho interpretaci textu?
* Zpráv jakého typu zpravodajství (regionální, celorepublikové, mezinárodní/světové události) je na stránce nejvíce? Jak se jejich poměr liší v závislosti na charakteristice novin (seriózní vs. bulvární)? Proč?
* Je na zkoumaných titulních stranách přítomna reklama? Jde o vlastní reklamu deníku (např. upozornění na přílohy, magazíny, předplatné), nebo reklamu zadanou externě? Jak tento rozdíl ovlivňuje čtenářovo vnímání novin?

**2 Analýza zpravodajství**

Při analýze zpravodajství můžete pracovat i s ostatními stranami novin; zaměřte se na zprávy, které se objevují na titulní straně a pokračují uvnitř novinového sešitu. Rozdejte studentům nakopírované handouty (viz handout 2) a ponechte jim dostatek času na jejich vyplnění.

Poté položte studentům následující otázky:

* Objevuje se „pět W’s“ (who – what – when – where - why) v každé zprávě? V jakém pořadí? Proč? Chybí některý z těchto prvků? Jak to ovlivňuje čtenářovu interpretaci reportované události?
* Lze ve zprávě vysledovat uplatnění modelu obrácené pyramidy? Kterým informacím je přikládána největší důležitost? Proč?
* Kdo je autorem zprávy – novinář/zaměstnanec příslušného deníku, nebo novinář ze zpravodajské agentury? Jak to ovlivňuje zpracování zprávy?
* Je reportér – autor zprávy nestranný? Je zpráva postavena spíše na věcných faktech, nebo na neověřených domněnkách?
* Je zpráva vyvážená? Stanoviska kterých stran (politici, úředníci, experti, veřejné mínění,…) poskytuje?
* Jaký je reportérův styl psaní? Píše obrazně, nebo stroze? Používá nějaké tropy a figury? Jaké? Používá spíše krátké, či dlouhé věty? Proč?

handout 1

Následující tabulka slouží k přehlednému zaznamenání podobností a odlišností týkajících se způsobů zpracování zpravodajství ve třech různých novinách.

Vyberte si troje noviny, s nimiž budete pracovat (ideálně takové, jež se jinak profilují, např. seriózní vs. bulvární, celorepublikové vs. regionální atp.). Vyplňte následující tabulku, a to pouze na základě informací získaných z titulní strany vybraných novin. Interpretujte vaše zjištění a srovnejte, zda a do jaké míry korespondují s vašimi výchozími předpoklady o typu novin (např. bulvární deník publikuje krátké a senzační zprávy atp.).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Noviny č. 1 | Noviny č. 2 | Noviny č. 3 |
| **Jméno titulu,**  **datum** |  |  |  |
| **Hlavní zpráva**  titulek – velikost, barva;  fotografie – velikost, titulek f.;  text – délka, poměr vzhledem k fotografii;  infografika – ano/ne  typ zprávy (regionální, celorepublikové, zahraniční zpravodajství) |  |  |  |
| **Další články**  velikost  pozice  typ zpráv |  |  |  |
| **Reklama**  počet jednotlivých reklamních sdělení;  umístění;  typ reklamy (co propaguje) |  |  |  |
| **Grafika**  fotografie – počet, velikost, umístění, účel  karikatura – ano/ne, umístění, účel |  |  |  |
| **Další prvky**  předpověď počasí, odkaz na přílohy, sloupek… |  |  |  |

handout 2

Následující tabulka slouží k přehlednému zaznamenání podobností a odlišností týkajících se vybraných zpráv/článků.

Vyberte dva novinové články (ideálně dva články na stejné téma z různých novin, nebo dva články odlišující se tématem i typem zpravodajství – regionální, celorepublikové, mezinárodní/světové - z jednoho titulu). Vyplňte následující tabulku. Interpretujte vaše zjištění.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Článek č. 1 | Článek č. 2 |
| **Deskripce zprávy**  titulek, podtitulky  fotografie – ano/ne, podtitulek f.  infografika – ano/ne  text – délka, poměr mezi částí uvedenou na titulní straně a uvnitř novin |  |  |
| **5W’s**  who  what  when  where  why  (how) |  |  |
| **princip obrácené pyramidy**  seřazení informací, jak po sobě následují |  |  |
| **žurnalistický styl**  tropy (metafora, metonymie, personifikace,…)  figury (aliterace, asyndeton, klimax,..) |  |  |
| **fakta vs. názory** |  |  |
| **reprezentované perspektivy a jejich implicitní/explicitní hodnocení** |  |  |

Literatura

Burton, Graeme – Jirák, Jan. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal.

Chandler, Daniel. 2007. *Semiotics: The Basics.* London: Routledge.

McQuail, Denis. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace.* Praha: Portál.

Osvaldová, Barbora a kol. 2007. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace.* Praha: Libri.

Osvaldová, Barbora. 2011. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.

Reifová, Irena a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace.* Praha: Portál.

<http://www.teachit.co.uk/>

<http://www.media-awareness.ca/english/teachers/index.cfm>