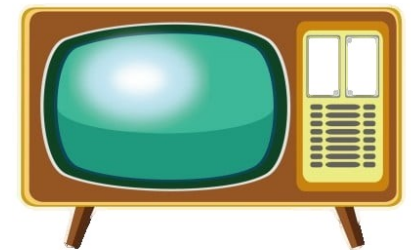
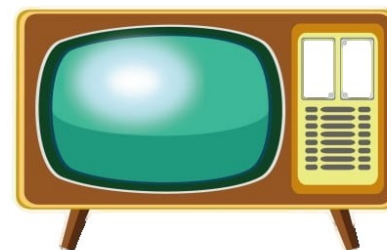


ÚVOD DO STUDIA TELEVIZNÍCH FORMÁTŮ

VI. PŘEDNÁŠKA

FAKTUÁLNÍ TELEVIZNÍ ŽÁNRY

- v tomto tématu si rozčleníme faktuaální televizi do základních kategorií typu zpravodajství, dokument, reality TV ad.,
- vybraným kategoriím se budeme věnovat detailněji, stanovíme si jejich základní definice, popíšeme konvenční formální postupy, u některých naznačíme kontury historického vývoje,
- některé ukázky pořadů si pustíme, u jiných se vyžaduje vaše zapojení a chvilka strávená na youtube



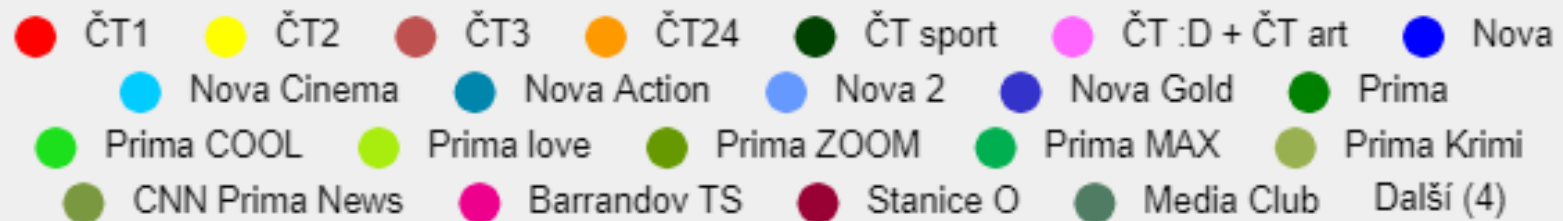
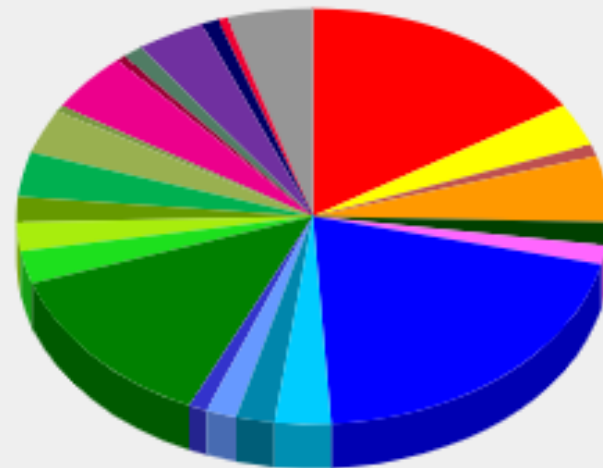
FAKTUÁLNÍ TELEVIZNÍ ŽÁNRY

Televizi jako celek můžeme rozdělit do tří hlavních „superkategorií“, jakkoli je někdy jejich hranice problematická a dochází k migraci některých příznačných prvků. Za tyto tři hlavní skupiny lze považovat:

- **1. Fikční žánry (drama, komedie, melodrama).**
- **2. Persuazivní žánry (komerční reklama, sociální reklama, teleshopping).**
- **3. Faktuální žánry (zpravodajství, dokument, populárně-zábavné pořady, reality TV).**
 - (a) Zpravodajství, publicistika
 - (b) Populárně-zábavné pořady (kvízy, talk show, sport, hudba, zájmové magazíny ad.)
 - (c) Televizní dokument, populárně-vědecký dokument
 - (d) Reality TV/reality show (talentové soutěže, docusoap, sociální experimenty...)

SLEDOVANOST

Share pro 15+ (celý den 6:00 - 6:00)



Top 20 pro 15+ za 46. týden (9.11.2020-15.11.2020)

						Rating	Rating 000
1	Televizní noviny	Nova	09.11.2020	19:30:00	20:10:21	19,5	1 655 217
2	Televizní noviny	Nova	10.11.2020	19:30:00	20:06:45	19,1	1 626 655
3	Televizní noviny	Nova	13.11.2020	19:30:00	20:10:08	18,4	1 561 316
4	Televizní noviny	Nova	11.11.2020	19:30:00	20:09:24	18,1	1 540 802
5	Televizní noviny	Nova	12.11.2020	19:30:00	20:10:14	17,6	1 498 748
6	Televizní noviny	Nova	15.11.2020	19:30:00	20:11:08	17,5	1 484 658
7	Sportovní noviny	Nova	09.11.2020	20:12:12	20:17:45	17,2	1 466 128
8	Slunečná	Prima	10.11.2020	20:19:55	21:40:59	16,9	1 433 738
9	Specialisté	Nova	09.11.2020	20:20:19	21:19:25	16,5	1 404 178
10	Televizní noviny	Nova	14.11.2020	19:30:00	20:05:34	16,4	1 397 536
11	Počasí	Nova	09.11.2020	20:18:01	20:19:53	16,2	1 381 309
12	Slunečná	Prima	12.11.2020	20:20:36	21:41:30	15,2	1 293 573
13	Rychlé TN	Nova	09.11.2020	19:26:21	19:26:51	15,1	1 285 238
14	Rychlé TN	Nova	13.11.2020	19:26:31	19:27:00	14,9	1 269 953
15	Četnické humoresky: Poklad	ČT1	13.11.2020	20:13:26	21:41:26	14,5	1 234 064
16	Ulice	Nova	10.11.2020	18:29:36	19:26:27	14,4	1 225 602
17	Polda IV	Prima	15.11.2020	20:19:58	21:33:08	14,3	1 212 567
18	Specialisté	Nova	09.11.2020	21:19:38	22:25:39	14,1	1 201 413
19	Ulice	Nova	11.11.2020	18:27:10	19:25:13	14,0	1 194 526
20	Ulice	Nova	12.11.2020	18:28:51	19:26:04	13,9	1 183 265

Zdroj: ATO - Nielsen Admosphere, živě+TS0-3

(A) ZPRAVODAJSTVÍ A PUBLICISTIKA

- kategorie, která zahrnuje regionální, národní i nadnárodní pořady, u nichž je hlavní deklarovanou funkcí **objektivně informovat**
- typická je segmentovaná povaha zpravodajství, které bývá rozdělené do několika „supersegmentů“, jako jsou hlavní události, události z kultury, sport, počasí apod.
- každá stanice má svoje zpravodajské pořady a ty jsou jinak strukturované
- mediální kódy = od nejdůležitějších zpráv (podle určité hodnoty) po méně důležité, na konec zpráv může být zařazen pozitivnější příspěvek zaručující efekt „happy endu“,
- zprávy jsou také sestavovány do stabilních bloků (zahraničí, ekonomické zprávy, regiony,...),



(A) ZPRAVODAJSTVÍ A PUBLICISTIKA

Tento mechanismus tvarování události do podoby reportáže lze popsat pomocí čtyř narativních funkcí:

- 1. Orámování.** Orámováním se ustanovuje téma zpráv, obvykle se tak děje prostřednictvím moderátora. Politické zprávy jsou například obvykle kódované jako příběh nějakého soupeření.
- 2. Zaměření.** Zaměření otevírá prostor pro podrobnější detaily přinášené reportéry a korespondenty, kteří mluví ve jménu zpravodajské televizní instituce. Tyto institucionální hlasy rozvíjejí narativ tím, že přinášejí informace o pozadí, vysvětlují, oč se v události jedná, a slouží jako úvod ke komentáři a aktuálnímu obrazovému materiálu, který událost ilustruje.
- 3. Realizace.** Rozhovory, obrazové reportáže a komentáře osob zapojených do události tvoří součást funkce známé jako realizace, neboť tyto prvky poskytují důkazy a osobní komentář ze strany zainteresovaných jedinců, a tím tvoří základ příběhu.
- 4. Uzavření.** Uzavření odkazuje ke způsobu, jakým reportáž míří ke zhuštěnému shrnutí zprávy, které bude pravděpodobně zopakováno v závěrečném stručném přehledu zpráv daného pořadu. Tím je posílen redakční úhel pohledu na strukturu daného příběhu. Uzavření může vynechat některá hlediska, jež byla prezentována v reportáži, anebo zopakovat klíčové body, které už uvedlo orámování či zaměření.

(B) POPULÁRNĚ-ZÁBAVNÉ POŘADY

SPORT

- je problematické hovořit o nich jako o žánru, protože jsou mixem různých forem produkční praxe, zahrnujícím živé přenosy, sportovní žurnalistiku, specializované magazíny či reklamu na sportovní události
- sportovní přenosy dokážou maximálně využít potenciál živosti v jeden moment vytvořit „masové“ publikum, tedy oživit představu „broadcastingu“
- první živé sportovní přenosy se v televizi objevily již v 30. letech – přenášeny byly olympijské hry v Berlíně v roce 1936, o rok později byl v Británii zrealizován přenos fotbalového utkání, ve Spojených státech to byl v roce 1939 přenos baseballového utkání či zápasu amerického fotbalu. Stabilní součástí se pak sportovní přenosy staly s rozšířením televize od 50. let,
- úzká vazba na technologii
- jak profesionální sport, tak jeho televizní přenosy se od svého zrodu staly předmětem komodifikace – začaly tedy sloužit jako „produkt“, který má svou tržní cenu
- televize dále využívají různé mechanismy, jak spojit se sportovní událostí určité reklamní sdělení. Nejčastěji to jsou: reklamní spoty vložené do pořadu/přestávky mezi sportovními segmenty, integrování reklamy do prostoru sportoviště, sdělení komentátora o sponzorovi pořadu či události v rámci promluvy, product placement

(B) POPULÁRNĚ-ZÁBAVNÉ POŘADY

TELEVIZNÍ KVÍZY/SOUTĚŽNÍ POŘADY

klíčové charakteristiky soutěžních pořadů:

- společné kořeny s rozhlasovými kvízy (peněžitě odměny, participace posluchačů/ diváků na telefonu, živý přenos),
 - princip soutěžení (zde můžeme doplnit z něj odvozenou typickou několikakolovou strukturu pořadu, příznačnou pro všechny herní koncepty),
 - spekulaci o důvěryhodnosti jako součást žánrového vzorce (Mittel zde reaguje na známý skandál v 50. letech, ale dohady o autenticitě a regulérnosti lze považovat za součást žánru, pokud vnímáme jako součást žánru i jeho recepci, tedy nakládání s žánrovými pořady na straně diváků),
 - průběžnou popularitu určitých variant.
-
- **stále napětí mezi *edukativní* a *zábavnou* funkcí**



(B) POPULÁRNĚ-ZÁBAVNÉ POŘADY

TELEVIZNÍ KVÍZY/SOUTĚŽNÍ POŘADY

- **vztah diváka a soutěžících:**

(a) *Sociální aktér reprezentuje diváky v televizním světě.* Hráč je jedním z nás, běžný smrtelník, který přichází do televizního prostředí, a moderátor (a jeho úkoly) jsou mu soupeřem, antagonistickým prvkem.

(b) *Sociální aktér je divákův soupeř.* Některé formální postupy televizních producentů i promluvy moderátora povzbuzují televizní diváky, aby se sociálním aktérem současně soupeřili, tedy například aby se snažili odpovědět na otázku dříve než on.

Součástí výstavby televizního kvízu jsou postupy jako:

- stanovení **narativní hádanky** (kdo bude vítěz tohoto kola, celé soutěže?),
- **pojmenování antagonisty**, překážek vedoucích k výhře,
- stupňování **napětí**,
- **úbytek/selekce protagonistů**,
- příslib **happy endu**.

(B) POPULÁRNĚ-ZÁBAVNÉ POŘADY

TELEVIZNÍ KVÍZY/SOUTĚŽNÍ POŘADY



(B) POPULÁRNĚ-ZÁBAVNÉ POŘADY

TALK SHOW

- existuje tedy řada typů pořadů, kde je pro pochopení smyslu důležitější poslouchat, než sledovat, hovoříme o „zvukových televizních žánrech“ spočívajících primárně na dialozích, rozhovorech a komentářích.
- z novin a rozhlasu přejala svůj zájem o celebrity a zajímavé osobnosti, reflexi aktuálních společenských událostí, diskuzi specializovaných témat

Pět nepsaných pravidel talk show

1. Moderátor je středobodem pořadu.
2. Talk show se odehrává v „přítomném čase“.
3. Intimita.
4. Slova = peníze.
5. Spontaneita.



DOPLŇUJÍCÍ VIDEA

(a) To nejšílenější ze zpravodajství:

<https://www.youtube.com/watch?v=87qV6E7TIac>

(b) Jak rychle se mění televizní technologie pro přenos vám pomůže osvětlit tento dokument:

<https://www.youtube.com/watch?v=CztsTpgFOnU>

(c) Úskalí televizních soutěží:

<https://www.youtube.com/watch?v=QLn3bdJTetg&t=95s>