

# **Střih přenosů pro komunitní nekomerční médium a pro komerční nebo veřejnoprávní médium**

Štěpán Josef Lankočí

---

Bakalářská práce  
2014

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Štěpán Josef Lankočí  
Osobní číslo: K11461  
Studijní program: B8206 Výtvarná umění  
Studijní obor: Multimedia a design – Audiovize  
Forma studia: kombinovaná

Téma práce:

1. Teoretická část:  
Střih přenosů pro komunitní nekomerční médium a pro komerční nebo veřejnoprávní médium (doc. Ludovít Labík, ArtD.)
2. Praktická část:  
Zvuk, audio a video střih filmu *Bez šance* (režie Svatava Měrková, 2014) (MgA. Pavel Hruďa)

Zásady pro vypracování:

## STŘIHOVÁ SKLADBA

### 1. Teoretická část:

**Rozsah práce:** minimálně 15 normostran textu bez započítání obsahu, rejstříku a obrazových příloh.

**Formální podoba:** 1 ks v pevné vazbě s popisem na hřbetu i horní desce spolu s CD-R. Dále 2 ks práce, které mohou být v kroužkové vazbě. Práci je třeba rovněž odeslat do knihovny UTB Zlín v elektronické podobě ve formátu pdf.

**Pokyny k vypracování:** prostudujte a analyzujte dostupné materiály z profesního hlediska a formulujte závěry a získané vědomosti.

### 2. Praktická část:

**Výstupní dílo:**

- 3 ks DVD ve formátu DVD-video (PAL) s graficky upraveným bookletem

- 1ks datového DVD obsahující: grafický návrh bookletu ( PDF/AI, CMYK, 300dpi, texty v křivkách), návrh filmového plakátu formát 70 x 100cm ( PDF/AI, CMYK, 300dpi, texty v křivkách)
- 1ks datového DVD obsahující: film ve formátu SD/HD v odpovídajícím datovém toku a kontejneru MPEG2 ve dvou verzích: 1) česká verze (české znění či titulky vypálené do obrazu), 2) anglická verze (anglické znění či titulky vypálené do obrazu)

Všechny odevzdané materiály musí splňovat vnitřní technické normy AAV a musí být řádně popsány (jméno, název, logo fakulty, formát, rozlišení...). Součástí celé práce budou rovněž vyplněné a předané formuláře pro OSA, NFA, Prohlášení autora bakalářské práce a podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně.

Na samotném nosiči CD-R odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce: viz. Zásady pro vypracování  
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

BORDWELL, DAVID & THOMPSONOVZ, KRISTIN: Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu, Praha 2011, ISBN 978-80-7331-217-6  
VALUŠIAK, JOSEF: Základy střihové skladby, Praha 2012, ISBN 978-80-7331-230-5  
LABÍK, L'UDOVÍT: Strihová skladba v zpravodajských a publicistických televizních žánrech, Edícia VŠMU  
HAVLÍČEK, DUŠAN: Nový rozměr hudby, Praha 1968, ST-17-1490/68  
SADOUL, GEORGES: Zázraky filmu, Praha 1962, 24-128-62  
LINDGREN, ERNEST: Filmové umění, Praha 1961, 63VI/3  
LEVINSKÝ, OTTO & STRZNSKÝ, ANTONÍN: Film a filmová technika, Praha 1972, 04-006-74  
FRANCL, GUSTAV: Film a román, Praha 1968, F-04-80140

Vedoucí teoretické části: doc. Mgr. Ludovit Labík, ArtD.  
Ústav animace a audiovize  
Vedoucí praktické části: MgA. Pavel Hruša  
Ústav animace a audiovize  
Datum zadání bakalářské práce: 2. prosince 2013  
Termín odevzdání bakalářské práce: 14. května 2014

Ve Zlíně dne 2. prosince 2013

  
doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
děkanka



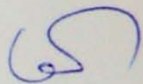
  
Mgr. Silvie Stanická, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby<sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3<sup>2)</sup>;
- podle § 60<sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60<sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 13.12.2013

  
ŠTĚPÁN JOSEF LANKOŠ

Jméno, příjmení, podpis

<sup>1)</sup> zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací.

(1) Vysoká škola nevydělčně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce požít na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

<sup>2)</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3.

(3) Do práva autorského také nezasahují škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

<sup>3)</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo.

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše, přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce se zabývá střihem přenosů a záznamů televizních pořadů pro tři typy médií. Jedná se o televizní společnosti, které poskytují veřejnoprávní, komerční a komunitní službu divákům v České republice. Práce je rozdělena dva velké celky. První je teoretická část, která se zabývá vytýčením principů snímání třech základních typů pořadů, jako je scénické představení, publicistické žánry a sportovní přenos. Druhá – praktická část práce definuje záběrování, délku a způsoby střihu u zmíněných modelových pořadů v jednotlivých typech médií. Poslední kapitola pak definuje pozici televizního střihače v závislosti na pozici televizního režiséra.

### **Klíčová slova:**

televizní střih, dramaturgie střihu, střihová skladba, televizní záznam, televizní přenos

## **ABSTRACT**

The bachelor thesis studies editing of programme broadcasting and recording of television programmes for three types of media. It deals with television companies which provide public, commercial and community service to viewers in the Czech republic. The thesis is divided into two parts. The first part is theoretical and it deals with principle of shooting in three basic types of programmes as scenic performance, publicistic genres and sport broadcasting. The second - practical part defines picture size, the length and method in model programmes mentioned in particular types of media. The last chapter defines the position of television editor in dependence on the position of the television director.

### **Keywords:**

television editing, editing dramaturgy, composition of tv editing, tv programme recording, tv live broadcasting

## **Poděkování**

Mé poděkování patří panu docentovi Ludovítu Labíkovi, ArtD. za neuvěřitelnou vstřícnost a cenné rady, které se opírají o významné zkušenosti v oboru dramaturgie stříhu. V neposlední řadě mu chci poděkovat i za příklad lidskosti v dnešním tolik uspěchaném a byrokratickém světě našeho školství.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ</b> .....	<b>11</b>
<b>2 PUBLICISTKA</b> .....	<b>13</b>
<b>3 SPORT</b> .....	<b>18</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>19</b>
<b>4 ZÁBĚROVÁNÍ</b> .....	<b>20</b>
4.1 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – KOMERČNÍ MÉDIUM .....	20
4.2 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – VEŘEJNOPRÁVNÍ A KOMUNITNÍ MÉDIUM .....	21
4.3 PUBLICISTIKA – VŠECHNA MÉDIA .....	22
4.4 SPORT – KOMERČNÍ MÉDIUM .....	24
4.5 SPORT – VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIUM.....	25
4.6 SPORT – KOMUNITNÍ MÉDIUM .....	25
<b>5 DÉLKA ZÁBĚRŮ</b> .....	<b>26</b>
5.1 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIUM .....	26
5.2 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – KOMERČNÍ MÉDIUM .....	27
5.3 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – KOMUNITNÍ MÉDIUM.....	27
5.4 PUBLICISTIKA – VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIUM.....	28
5.5 PUBLICISTIKA – KOMERČNÍ MÉDIUM.....	28
5.6 PUBLICISTIKA – KOMUNITNÍ MÉDIUM .....	29
5.7 SPORT – VŠECHNA MÉDIA .....	29
<b>6 ZPŮSOB STŘIHU A STŘIHOVÉ EFEKTY</b> .....	<b>31</b>
6.1 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIUM.....	31
6.2 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – KOMUNITNÍ MÉDIUM .....	31
6.3 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ – KOMERČNÍ MÉDIUM.....	32
6.4 PUBLICISTIKA – KOMUNITNÍ MÉDIUM .....	34
6.5 PUBLICISTIKA – KOMERČNÍ MÉDIUM.....	34
6.6 SPORT – KOMERČNÍ MÉDIUM.....	35
6.7 SPORT – KOMUNITNÍ MÉDIUM .....	35
<b>7 REŽISÉR VERSUS STŘIHAČ</b> .....	<b>36</b>
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>37</b>
<b>SEZNAM PRAMENŮ</b> .....	<b>38</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b> .....	<b>39</b>
<b>SEZNAM TABULEK</b> .....	<b>40</b>



## ÚVOD

Práce televizního střihače je determinovaná tím, pro jaký typ média tvoří. Tato skutečnost přináší výrobní složce televizního stříhu jistá specifika. Profesionální střihač, kterého pro potřeby této práce budu nazývat univerzálním střihačem, by pak měl některé úkony dělat automaticky. V teoretické rovině je toto počínání srozumitelné a definovatelné. A právě popsat takovou skutečnost si klade za cíl tato bakalářská práce. Budu čerpat jak z relevantních teoretických zdrojů, tak i ze samotné praxe výroby v jednotlivých médiích.

Už při přípravě na televizní pořad je střihač rovnoprávným partnerem hlavnímu kameramanovi a režisérovi. Tyto tři funkce pak nesou zodpovědnost za vizuální stránku díla. U menších produkcí se tyto tři profese často stírají. Střihač přichází k práci na projektu jako poslední. Vyznění díla poté ve velké míře záleží na něm. Může principy ostatních složek rozvinout, či naopak pohřbít.

Pro potřeby bakalářské práce vyberu tři modelové situace – scénické představení, publicistika a sportovní přenos. Na nich lze představit rozdílnost práce pro jednotlivá média. V publicistické a dokumentární tvorbě většiny televizí jsou tyto formáty klíčové a představují většinu výroby.

Budu definovat rozdíly práce jednotlivých výrobních subjektů. Tyto rozdíly však nelze chápat jako kritérium pro hodnocení kvality zpracování záznamu či přenosu. Nelze tedy jasně konstatovat, že komerční přenos je horší než komunitní. Tato práce vysvětluje principy, proč k takovému hodnocení nelze přistoupit.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 SCÉNICKÉ PŘEDSTAVENÍ

Prvním modelovým příkladem bude kulturní akce - hudební či dramatická. Snímání kamer je přizpůsobeno kukátkovému jevišti. Tento příklad jsem vybral zcela úmyslně. Kukátkové jeviště je pro naši západní kulturu fenoménem už od baroka. Tehdy se poprvé objevilo a lidé si zvykli na pravidlo vnímání kulis, předmětů a rekvizit v rámci performance. Nikomu není dnes divné, že dvě jednající postavy na jevišti spolu vzájemně komunikují a přitom jsou otočeny do hlediště. Ba naopak. Tato situace paradoxně navozuje intimnější atmosféru scénického dialogu (hudebního či dramatického). Do této komunikace je totiž vtažen i divák. Podobného efektu využívá i film a posléze televize.

Divák automaticky vyhodnocuje smysl scénického prostředí a použitých rekvizit. I pouhým náznakem a nepatrnou změnou v dekoraci jsme schopni změnit povahu, tedy atmosféru. Rekvizity jsou pak užívány zcela účelně. Divák je nerespektuje jako součást postavy, jak je třeba známo u divadla Nó<sup>1</sup>. Záznamu tohoto tradičního japonského divadla většina diváků západní části zeměkoule nerozumí. A přece jsou tyto přenosy v Japonsku jedny z nejsledovanějších. A naopak. Prostého japonského rolníka nijak neuchvátí naše televizní zpracování charakterově dominantního krále Ubu v podání Jana Libíčka, monumentální a přesto prostá úprava scénického prostoru koncertu Jarka Nohavici, anebo detail lidské lebky svírané v mladých nervózních rukou královny dánské v podkresu slov: „Být, či nebýt...“.

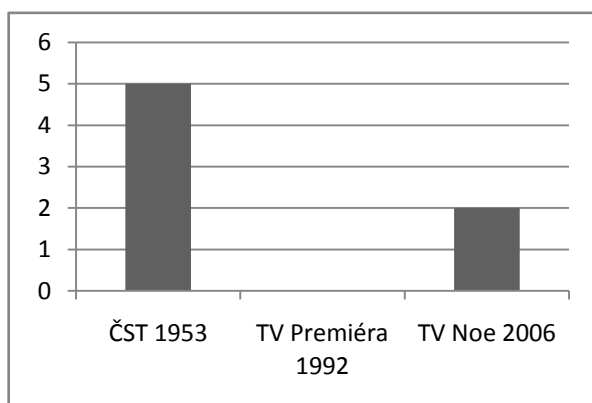
„Smrt divadelního představení je jeho televizní záznam“, tvrdí dávná poučka studentů divadelní dramaturgie. Proč tomu tak je? Odpověď je nasnadě. Herec ztvárňující postavu vytuší, jaké obecenstvo má před sebou. Je to otázkou několika nahozených replik, aby diváky vyzkoušel. Ti mu pak zašuměním, poposednutím, smíchem, nebo i tichem dají najevo, jak ho jsou schopni akceptovat v dané roli. Druhým velkým problémem je samotná deklamace. Postava se na jevišti chová zcela jinak než na plátně. V rámci jevištního umění musí jednání herce pocítit i poslední divák sedící v nejvyšším místě na galerii. Proto he-

---

<sup>1</sup> V japonském divadle Nó se užívají rekvizity výhradně jako atributy. Ať už bazálních věcí postav jako je pohlaví, anebo jako symboly charakterů jednotlivých postav. Z divadla Nó pak vyšlo stylizované divadlo Kabuki, kde jsou ustáleny i pohybové aranže. Takové divadlo pak přerostlo do plně loutkové formy Bunraku, kde vlastně pouze masky představují narativní a dramatickou část díla.

recké umění na divadle tak málo sahá po výrazu, ale sází na gesta (výjimkou je konverzační drama, které je určené pro malé jeviště).

Divadelní představení je uměním okamžiku, uměním „tady a teď“. Jakékoliv zaznamenání a tím i přenesení do jiné doby ubírá každé dramatické akci. Obdobně se tak stává i u záznamů hudby. I hudebník po pár chvílích rozezná, jak je auditorium naladěno. Veškeré záznamy scénických děl jsou tak určené velmi široké spotřebitelské množině diváků<sup>2</sup>.



#### **Přehled odvysílaných přenosů/záznamů činoher**

*V prvním roce vysílání (tedy v rozmezí od 1. 5. – 31.12. 1953) odvysílala veřejnoprávní televize 5 divadelních kusů<sup>3</sup>.*

*První komerční televize v ČR, jejíž následovníkem je TV Prima, ve svém prvním roce vysílání 1992 neodvysílala žádný záznam divadelního představení.*

*První komunitní televize TV NOE*

*v roce zahájení vysílání (tedy od 10.5. – 31.12. 2006) odvysílala 2 představení<sup>4</sup>.*

*Už samotný výběr scénického představení napovídá, o jaké médium se jedná. Komerční médium se takto těžkému žánru vyhýbá, veřejnoprávní plní službu všeobecně vzdělávací, kdy uvádí zvláště divadelní klasiku. A poslední médium se snaží oslovit komunitu handicapovaných a folkloristů.*

<sup>2</sup> Ta zahrnuje nespočet situací, ve kterých se divák ocitá. Dnešní televize totiž vyplňuje trhlinu v mezilidských vztazích a obrazovka se stává společníkem. Divák spouští televizi při domácích pracích, odpočinku, práci, usínání, či v době jídla.

<sup>3</sup> A. P. Čechov – Medvěd (režie K. Pech), Milière – Lakomec (režie K. Pech), M. Stehlík – Nositelé řádu (O. Haas), A. Jirásek – Vojnarka (režie A Dvořák), Molière – Škola pro ženy (režie K. Svoboda)

<sup>4</sup> Z. Racková – Sen o duši (režie L. Ryška), J. Pavlica – O Slunovratu (režie L. Ryška)

## 2 PUBLICISITKA

Druhou variantou přenosu, který zde poslouží jako příklad, je publicisticko-diskuzní pořad. A to ve více variantách. V případě, kdy je přítomen pouze jeden host a moderátor, či v případech, kdy vedle hostů jsou v pořadu přítomni i diváci.

Tyto pořady mohou být realizovány ve studiu, kde je prostor poměrně stabilně a jednoduše rozzáběrován v závislosti na ose mezi hlavními jednajícími postavami.

V návaznosti na výše rozebíraném prvním modelu je důležité říci, že tento princip je funkční ve všech kulturách. Jedná se o základní schopnost člověka, která je utvářena od dětského věku. Nejpozději s počátkem školní docházky už dítě chápe rozdíl mezi figurou a prostředím. V době, kdy člověk takto vnímá svět, je schopen vést dialog s jiným jedincem. Nabývá tím zkušenost, kterou potom zužitkuje v publicistických pořadech. V tomto období člověk začíná chápat i postavení během hovoru v závislosti na společenském postavení. S tím pracuje i televizní tvorba. Stříhově potom tuto skutečnost nutno respektovat nejen velikostí užitých záběrů, ale hlavně samotnou délkou a stříhovým tempem.

Užívání publicistických tvarů u jednotlivých televizí demonstrují následující tabulky programových schémat. Jsou z počátku září 2011 a to prvního kanálu české veřejnoprávní televize, tehdy nejsledovanější komerční televize v ČR – televize Nova a konečně také komunitní televize Noe. Pro stručnost a názornost použijeme časovou výseč mezi 17. hodinou a půlnocí.

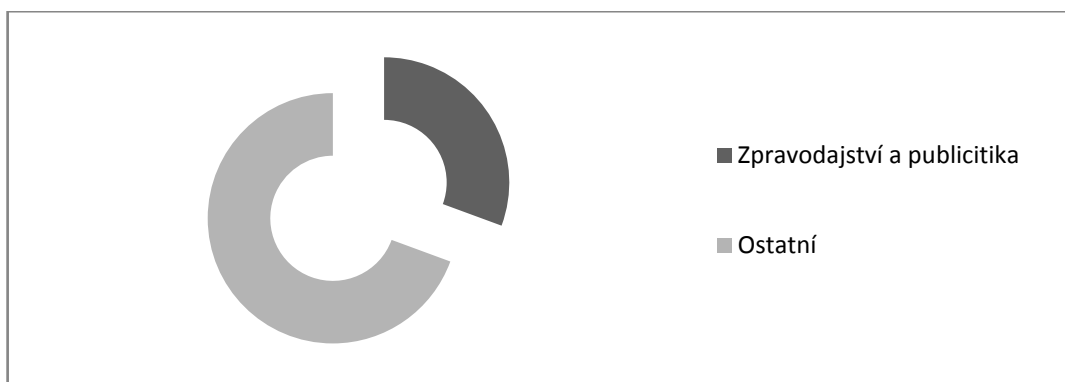
Programové schéma

Veřejnoprávní televize – První program České televize – září 2011

	pondělí	úterý	středa	čtvrtek	pátek	sobota	neděle
17:00	Zábava	Zábava	Zábava	Zábava	Zábava	Magazín	Seriál
17:15							Zábava
17:30	Magazín	Magazín	Magazín	Magazín	Zábava		
17:45							
18:00	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Seriál	
18:15							Dokument
18:30	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P		
18:45	pro děti	pro děti	pro děti	pro děti	pro děti	pro děti	pro děti
19:00	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P
19:15							
19:30							
19:45	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P
20:00	Seriál	Seriál	Zábava	Zábava	Seriál	Zábava	Film
20:15							
20:30							
20:45		Z+P	Dokument	Z+P	Z+P	Film	
21:00							
21:15		Z+P	Zábava	Z+P	Zábava	Film	
21:30							
21:45	Z+P	Zábava	Z+P	Zábava		Z+P	
22:00	Dokument	Zábava	Film	Seriál	Seriál	Film	Film
22:15							
22:30							
22:45							
23:00	Z+P	Seriál	Film	Seriál	Seriál	Film	Film
23:15							
23:30							
23:45							

Zkratka Z+P značí pořady zpravodajství a publicistiky.

Podíl publicistiky a zbylých žánrů ve vysílání České televize – září 2011



**Programové schéma  
Komerční televize – TV NOVA**

	<b>pondělí</b>	<b>úterý</b>	<b>středa</b>	<b>čtvrtek</b>	<b>pátek</b>	<b>sobota</b>	<b>neděle</b>	
17:00	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Seriál	
17:15								
17:30	Seriál	Seriál	Seriál	Seriál	Seriál	Zábava	Zábava	
17:45								
18:00								
18:15								
18:30	Seriál	Seriál	Seriál	Seriál	Seriál	pro děti	pro děti	
18:45								
19:00								
19:15								
19:30	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	
19:45								
20:00	Seriál	Seriál	Seriál	Seriál	Film	Film	Seriál	
20:15								
20:30								
20:45								
21:00	Seriál	Z+P	Z+P	Seriál	Film	Film	Z+P	
21:15								
21:30	Seriál	Z+P	Z+P	Seriál	Film	Film	Film	
21:45								
22:00								
22:15	Z+P	Z+P	Z+P	Z+P	Film	Film	Film	
22:30								
22:45	Seriál	Film	Film	Film	Film	Film	Film	
23:00								
23:15	Seriál	Film	Film	Film	Film	Film	Film	
23:30								
23:45								

*Zkratka Z+P značí pořady zpravodajství a publicistiky.*

**Podíl publicistiky a zbylých žánrů ve vysílání TV Nova – září 2011**

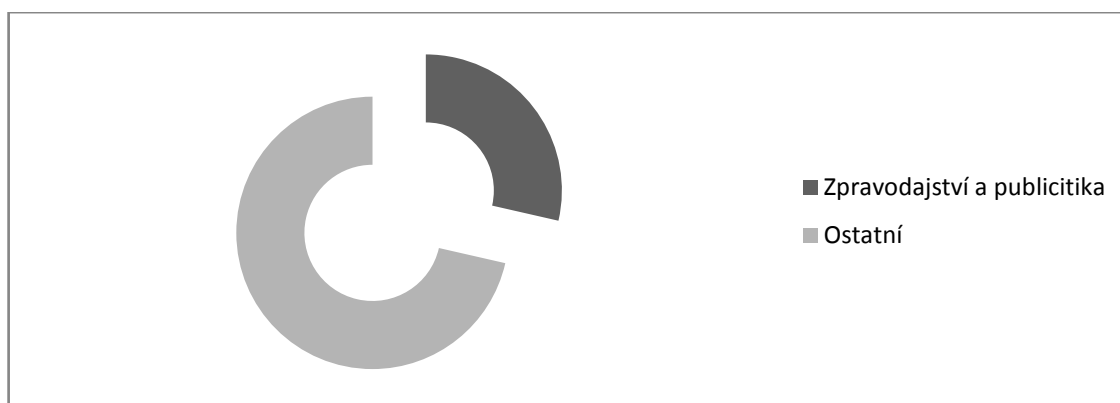


## Programové schéma Komunitní televize – TV NOE

	pondělí	úterý	středa	čtvrtek	pátek	sobota	neděle	
17:00	Zábava	pro děti	Dokument	Dokument	Dokument	Duchovní	pro děti	
17:15			Z+P			Dokument	Dokument	
17:30		pro děti	pro děti	pro děti	Dokument	Dokument		
17:45					Dokument	Dokument		
18:00	Dokument	pro děti	Zábava	pro děti	pro děti	Dokument		
18:15	pro děti				pro děti	Dokument		
18:30	Dokument	pro děti	Zábava	Z+P	Dokument	Duchovní	hudba	
18:45							pro děti	pro děti
19:00	Dokument	dokument	Duchovní	Z+P	Dokument	Duchovní	Dokument	
19:15							Z+P	Dokument
19:30	Z+P	dokument	Dokument	Zábava	Z+P	Z+P	hudba	
19:45								Dokument
20:00								Dokument
20:15								Dokument
20:30	Hudba	Z+P	Duchovní	Dokument	Z+P	Dokument	Dokument	
20:45								Dokument
21:00	Duchovní	dokument	Z+P	Dokument	Z+P	Z+P	Dokument	
21:15								Dokument
21:30								Dokument
21:45								Dokument
22:00	Duchovní	dokument	Z+P	Dokument	Z+P	Z+P	Dokument	
22:15								Dokument
22:30	Z+P	dokument	Z+P	Dokument	Z+P	Z+P	Dokument	
22:45								Dokument
23:00	Z+P	dokument	Z+P	Dokument	Z+P	Z+P	Dokument	
23:15								Dokument
23:30	Z+P	dokument	Z+P	Dokument	Z+P	Z+P	Dokument	
23:45								Dokument

Zkratka Z+P značí pořady zpravodajství a publicistiky.

## Podíl publicistiky a zbylých žánrů ve vysílání televize Noe – září 2011





Výšečové grafy u jednotlivých médií dokazují, že právě zpravodajství a publicistika jsou nosným žánrem televizí. A zároveň všechny televize jí dávají shodný prostor. Tabulky dokreslují povahu jednotlivých médií. U komunitní televize nad zpravodajstvím převažují diskusní a publicistické pořady. A to nad tématy jednotlivých komunit, které televize Noe obhospodařuje (astronomové, folkloristé, Outdoor Films a samozřejmě religiózní komunita). Opačně je tomu u komerční televize, kde převažuje zpravodajství. Avšak mezi jejím zpravodajstvím a publicistickým magazínem se v dnešní době ztrácejí rozdíly. Nejrozmanitější nabídku potom má veřejnoprávní médium. Což mu z jedné strany lichotí, ale zároveň odvrací většinou sledovanost k populárnějším tématům na jiných kanálech.

V rámci přehlednosti vysílacího schématu vítězí veřejnoprávní médium, které v přesných časových intervalech nabízí svou službu. Nepřehledněji pak působí komerční médium, kde se stírají rozdíly mezi jednotlivými publicistickými pořady. Nejméně přehledné je potom komunitní médium, kde je peridiocita pořadů závislá na měsíčním cyklu. Divák tak musí pracně uchovávat informaci, například, který čtvrtek je v pořadí. Právě to určuje měsíční premiéru pořadu. V tomto médiu pak ne vždy funguje týdenní programové schéma.

### 3 SPORT

Třetí situací, ve které se lineární střihač velmi často pohybuje, je sportovní přenos, či záznam. V tomto případě se jedná o formu, která se užívá v návaznosti na dění na sportovišti. Nelze řešit tedy sport jako celek – Hra v šachy vykazuje stejné prvky jako náš druhý modelový příklad, či box je podobný arénovému, nebo kukátkovému divadlu.

Určeme si třetím, tedy sportovním příkladem, zápas karate. A to hned z několika důvodů. U tohoto sportu není jasně deklarovaná osa. V samotném boji láká užití osy mezi jednotlivými zápasníky, nicméně osa kontaktu je sportovně silnější mezi bojovníky a soudci. Je tedy na střihači, aby určil, kde divák uvidí vztah. A ve špatném určení vztahu pak může celému pořadu uškodit.

Tedy pokud jsem u výše uvedených modelových příkladů mluvil o historicky naučené formě (kukátkového divadla), o výchovou podpořeném pochopení formy (publicistika), tak zde lze hovořit o formě, kterou se vytváří dílem samotným. Možností je víc, ale po určení prostředků formy je nutná důslednost v jejich aplikaci.

Vedle důvodu variability chápání tohoto sportu, hrála roli i skutečnost, že se nejedná o monumentální sport typu cyklistických závodů. Velké sportovní mítinky jsou pro střih jednodušší, jelikož se jedná pouze o střihovou skladbu, která ctí střih velikosti záběrů a aktivní plochy obrazu. Obdobně je na tom fotbalový, hokejový zápas anebo jakýkoliv kolektivní sport. U kontaktního sportu, jako je karate, se řeší vztah, který na sportovišti vzniká.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 ZÁBĚROVÁNÍ

### 4.1 Scénické představení – Komerční médium

Jak tedy záběrovat? Které záběry u střihu upřednostnit? Zůstaneme-li u komerčního média, je rozvržení jednoduché. Málokdy se setkáte, aby takové médium přebíralo představení klasické hudby, či klasického dramatu. Komerční médium usiluje o největší sledovanost, na kterou se pak váže velikost finančních toků. Jsou situace, kdy si pak toto médium vybírá i takové těžké formáty, jako je divadlo či hudba. A to zejména ze tří důvodů. Jedná se o inscenaci, která je navázána na veřejně známou osobnost, která zaručí vysokou diváckou odezvu, anebo se jedná o kus, který je populární – potažmo zábavný. Třetí možností je soutěž. Těmto kritériím podléhá i záběrování. V případě populární osobnosti nejvíc pracujeme s velikostí záběrů této postavy. Kamery na place pak sledují postavu samotnou a její vztahy vůči okolí. Tedy v případě herecké akce střihem sledujeme vztahovost nejen mezi jednotlivými postavami, ale i mezi postavou a rekvizitou, či dekorací. Hledáme, jakou tyto prvky hrdinovi navozují atmosféru. Tato postava může být ve střihu i v případě, že nejedná.

Obdobně to funguje i u soutěží. Zde se pak v rámci záběrování snažíme více hledat vztah soutěžícího a diváků, či poroty. Střihem pak dokážeme televiznímu divákovi předat informaci o výkonu mnohem dřív, než jej ohodnotí diváci svým potleskem, či porota komentářem. Tento vztah je nejmarkantněji zvýrazněn v případě zábavného formátu inscenace komerčního média. Vztahovost, v tomto případě zábavnost, je střihem několikrát podtržena. Prakticky to funguje následovně: po humorné replice ihned stříhneme do smíchu diváků a nebojíme se stříhnout i další záběr směřujícího se auditoria. V případě prvního střihu do hlediště můžeme užít i užší záběr. Druhý střih je pak celkový. Touto až popisnou dramaturgií střihu inscenačního záznamu dokážeme v divákovi vyvolat pocit „humorné tečky“.

Výtvarné jednoty, které mají na starost jiné profese spoluvytvářející dílo, ponechejme bez povšimnutí. Podívejme se ale na orientaci záběrů, tedy jak Valušiak popsal jednotu pohledů<sup>5</sup>. Výše jsem se zmínil o kritériu komerčního média – tím je vysoká sledovanost pořadu.

---

<sup>5</sup>VALUŠIAK, JOSEF: Základy střihové skladby, Praha 2012, ISBN 978-80-7331-230-5, s. 106

Komerční médium tak představuje každý záznam jako neopakovatelnou podívanou. Tím i determinuje způsob záběrování. A tak se snažíme vždy vybírat pohledy na jeviště z mírného podhledu a pohledy do hlediště z nadhledu. To abychom vyzvedli postavení ve střihu jednajících postav. Zdůrazníme tím onu neopakovatelnost – diváci vzhlíží k interpretovi a on shlíží na ně. Při čemž dle střihu je schopen se dívat i do objektivu – tím docílíme pocit, kdy jsme partnerem pro interpreta právě my – televizní diváci.

Moderátor je pak zabírán v úrovni jeho očí. Totéž platí i pro případnou porotu. Divák se tak cítí jemu roven.

## 4.2 Scénické představení – Veřejnoprávní a komunitní médium

Záběrování inscenace komunitního média a veřejnoprávního média se ve valné většině shoduje. Obě média se snaží věrně zachytit děj na jevišti. Nevyhýbají se ani těžší klasické hudbě a inscenacím. Aby bylo dílo co nejlépe zpřítomněno, je většina záběrů na jeviště. Převládají pak celky. To nejen z důvodů zachycení nálady scénické akce<sup>6</sup>, ale zároveň zachování inscenačních prvků. Mluvíme-li o divadelním představení, musíme respektovat teatrální gesta herců. V případě, kdy herec užije velké gesto, nemůže být jeho postava v užším záběru. To platí i u hudebního vystoupení. Nelze užít detail nástroje, pokud je součástí symfonického orchestru a nehraje sólo. V případě, kdy hraje sólo je upřednostňován záběr, ve kterém je patrný i hudebník.



*Aby televize minimalizovaly herecká gesta a projevy na jevišti, staly se populárními přepisy divadelních kusů na televizní inscenace. U nás je to fenoménem veřejnoprávní televize, ale připojují se i televize komunitní. Dva obrázky znázorňují převzatou inscenaci *Píseň o Bernadettě* (2014) natáčenou pro komunitní televizi Noe.*

---

<sup>6</sup>Ve všech jeho podobách – jako herecká akce, dekorace, kostýmy, rekvizity, či nasvětlení.

Samozřejmě ke všem těmto pravidlům existují výjimky. V rámci koncertu vzniká následující situace. Jednotlivé nástroje si přebírají hlavní hudební motiv. Nemusí se přímo jednat o sólo. Mezi těmito nástroji vzniká vztah, zvláště tehdy, kdy na sebe jednotlivé motivy navazují a odpovídají si. Tento vztah je nosnější linkou než skutečnost, že na nástroj někdo hraje. Lze tak užít detail jednotlivých nástrojů. Obdobně to funguje i u skladby určené jednomu nástroji. Tam detaily přebírají nejen narativní stránku záznamu, ale zároveň se stávají hlavním prvkem ve výtvarné složce díla. V jiných situacích bývají detaily nefunkční a zbytečně odvádí pozornost od melodické linie. A právě u záznamu koncertu může zvuková složka často převažovat nad výtvarnou.

Výjimku užití detailu nalezneme i u divadelní inscenace. Nejčastěji se detail používá v návaznosti na práci herce s rekvizitou. Například Hamlet bere do rukou lebku. A to je důležitější než jeho postavení v prostoru, či replika, kterou pronáší. Takový detail ale nebude fungovat, pokud nebude následovat adekvátní odpověď. Za odpověď lze považovat cokoli, co motiv lebky rozvine, v ději poposune, či samotný motiv ukončí. U zmiňovaného Hamleta pak odpovědí může být i jiný následující detail, který má stejné vlastnosti jako výše popsaný motiv lebky.

Veřejnoprávní a komunitní médium chce být věrno postavení klasického kukátkového jeviště – a to zvláště ve vztahu mezi přítomným divákem a účinkujícím. Proto při pohledu na jeviště užíváme mírný podhled a v arénovém typu prostoru pak civilní výšku záběru. V případě potlesku, který nese výpovědní hodnotu<sup>7</sup>, se užívají mírné nadhledy. Toto pravidlo se užívá pro zdůraznění rozdílu úrovní mezi účinkujícím a divákem. Tato úroveň nehodnotí jejich vzájemné společenské postavení, ale vztahovou situaci, ve které se v divadle nacházejí.

### 4.3 Publicistika – Všechna média

V rámci publicistiky s přesahem do zpravodajství jsou velikosti záběru jasně dány a respektuje je většina médií. Tedy nejfunkčnější je polodetail a celek. S příchodem čtecího

---

<sup>7</sup>Nejčastěji v závěrečném, ale bývá užíván i vnitrodějový, který má za úkol vysvětlit změnu atmosféry a tempa herecké akce, dialogu, či změnu prostředí. Příkladně v dlouhém smíchu auditoria rytmus výpovědi a replik klesne z dramatického napětí. To začne znovu narůstat replikou, či akcí, která bezprostředně následuje.

zařízení tak polodetail vytlačil klasický záběr mluvčího, který respektoval i jeho ruce s tištěným textem. Dnes tak nemusíme obrazově vysvětlovat, co se děje s jeho rukama. Obdobně to funguje i u diskuzních pořadů, kde pohled moderátora do scénáře je spíše přítěžujícím prvkem v obraze. Tento záběr je ovlivněn postavou a jejím chováním v prostoru. Pokud se jedná o osobnost s velkou gestikulací rukou, musí záběr tuto skutečnost respektovat.

Celek v publicisticko-diskuzních pořadech je spíše informativní a má za úkol diváka seznámit s prostředím. Nenese narativní složku. Kromě toho, že je nositelem důležité prostorové informace, ukazuje, v jakém jsou účinkující vztahu.



*Na obrázcích vidíme klasický model publicistického pořadu. Jedná se o pořad pro komunitu astronomů. Celý je jednoduše rozzáběrován na dva polodetaily a jeden celek. Polodetaily určují prostor jednajícím postavám a celek má vedle informativní funkce také funkci výpovědní. Právě v celku se odehrávají výtvarné změny prostředí studia. To proto, aby divák nebyl zbytečně vytrhován z děje.*



*Záběrování je jednoduché, protože nosnou linii tohoto pořadu nese výpověď odborníka a věcné otázky moderátora z oboru. Ačkoliv moderátor má jemnou vadu řeči, je i tento handicap oslovovaná komunita schopna přehlédnout díky informační hodnotě pořadu.*

V záběrování publicisticko-zpravodajského formátu televizního díla se v poslední době ocitá spousta prvků, které dříve výsadně náležely filmovému umění. Mám zde na mysli

zvláště vizuální podobu záběrů, které mají nést výpovědní hodnotu<sup>8</sup>. Nelze jednoduše říci, zda tomuto formátu pomáhají, či naopak ubírají na autenticitě obou řemeslných oborů.

Civilní orientace je zde porušována v malé míře, což samozřejmě přispívá k čistotě žánrového projevu. Obecně lze říci, že v tomto žánru nacházíme hodně společných prvků u všech typů rozebíraných médií. Příčina je přitom nasnadě. Všechna média se v této disciplíně snaží přinést divákovi populárně naučný pohled na danou problematiku. Mírně odlišně se chová komunitní médium, které už ze své podstaty očekává bazální znalost problematiky jednotlivých pořadů. Způsob záběrování ale tímto není nijak poznamenán.

#### 4.4 Sport – Komerční médium

Jak jsem v prepozicích této práce vysvětlil, budu se zabírat zápasem karate. Postavení jednotlivých kamer je zde jasně determinováno povahou média. Pro komerční médium je důležitých hned několik kritérií. Zvláště zadavatel akce. Musí tak být v mnoha záběrech jasně zohledněn, zejména pokud se jedná o čitelnou placenou formu propagace produktu v dnešní době známou pod značkou Product Placement (se zkratkou PP).

Opomeňme toto marketingové hledisko a věnujme se záběrování samotného zápasu. Opět se jedná o hledání vztahu. Nejsilnější vztah pro komerční médium se nachází v souboji dvou sportovců. Druhotný je vztah mezi sportovci a soudci. Dramaturgie střihu



komerčního média tak respektuje výkon sportovců od začátku až po jeho samotný konec. Reakci rozhodčího potom zanechává na tzv. vracečky, kde se můžeme retrospektivně podívat, jaké bylo uděleno hodnocení. Záběr sudího můžeme postrádat díky dnes hojně užívané grafice. Ta v reálném čase přináší hodnocení. Záběry lidí zde působí jako kulisa dění na zíněnkách.

Orientace není zde tak určující a jasná. Sport obecně se pohybuje převážně v celcích. To proto, aby bylo zřejmé, co se na sportovišti – bojišti děje. Pro vracečky v detailových zábě-

---

<sup>8</sup>Zvláště se jedná o užívání prvních plánů. V publicistice však nefungují tak jako ve filmu, kde utvářejí funkční složku obrazového vyprávění. V tomto případě mluvíme spíše o rozbíjení výtvarných linií obrazu. Zde potom vzniká ona otázka o funkčnosti tohoto uměleckého projevu.



rech se dnes často využívají i ořezy původního záznamu ve vysokém rozlišení. Orientace se často mění spolu s kompozicí záběrů v závislosti na technologii<sup>9</sup>. Užívané velké celky, zvláště nadhledy, navozují divákovi pocit absolutního přehledu nad celým sportovním děním.

#### **4.5 Sport – Veřejnoprávní médium**

Rozdíly mezi komerčním a veřejnoprávním se mohou často stírat. Zvláště v době velkých nadnárodních produkcí, kdy marketing zasahuje do hospodaření i státem zřizovaných médií. Ale zohledňujeme jiné principy snímání. Ty jasně deklarují sportovní pravidla, která byla mezinárodně verifikována. Vraťme se tedy ke karate na tatami. Pro určení pořadí záběrů je zde důležitější způsob provedení boje sportovců na žíněnce a jeho následné soudcovské hodnocení. Tedy primární je vztah mezi bojovníkem a rozhodčím, který hodnotí čistotu sportovního vyjádření. Tímto vzniká jejich partnerský vztah. V okamžiku, kdy komerční televize se zájmem sleduje úpravu kimona sportovce nebo kosmetických zranění, veřejnoprávní médium si všímá diskuze rozhodčích. Dnes jsou tyto záběry podkreslovány i kontaktně snímaným zvukem. Veřejnoprávní televize se nebrání záběrům diváků souboje. Avšak ve střihu mají prostor až v době, kdy se na sportovišti nedějí faktické a závažné události.

#### **4.6 Sport – Komunitní médium**

Rozzáběrování je zde opět obdobné jako u dvou předešlých médií. Nejmarkantnější je změna ve způsobu vidění vztahu. Komunitní médium se snaží objektivně přenést skutečnost souboje, která je dle pravidel hodnocena. Avšak všímá si i dalších vztahových konotací. Zvláště pak diváků, kteří v sále přihlížejí. Prioritním výsledkem takového přenosu je zprostředkování atmosféry na sportovišti. Proto si komunitní média více všímají přípravy sportovců před výkonem, komunikace sportovců s publikem apod. Při samotném výkonu se nebojí stříhově podívat mezi diváky, kteří jsou nositeli mnohem více emocí než samotní sportovci.

---

<sup>9</sup> Častěji se totiž užívá kamerová technologie SwissJib, JimmyJib, SteadyCam apod. Nejefektivnější pak bývá změna v záběru z pohledu do nadhledu nad celé sportoviště.

## 5 DÉLKA ZÁBĚRŮ

### 5.1 Scénické představení – Veřejnoprávní médium

Záznam scénického představení se snaží natáčené umělecké dílo zachytit ve své jevištní podobě. Divák u televizní obrazovky by pak měl mít stejné informace, jako divák v sále. Proto nejpreferovanějšími záběry, jak jsem výše uvedl, jsou celky. Ty budou fungovat, i když budou na sebe vzájemně střihány. Tedy i v případě, pokud velký celek střihneme na celek jednacích postav. Kulturní základy společnosti, ve které žijeme, opět zaručují, že divák nebude desorientován, když takový střih bude ve shodné ose. Ba naopak se takový střih bere jako užití zkratky. Střihem vyzdvihujeme jednající postavu nad prostředím. Obdobně by fungoval nájezd, ale ten by musel zachovat tempo jednání herců či scénické hudby. Tedy střih v ose je právě zkratkou nájezdu a čistější formou provedení.



*Dva po sobě jdoucí záběry v záznamu inscenace Popelka na ledě (2012). Ačkoliv jsou oba celky z mírně jiné osy, nepůsobí jejich střih jako chyba, ale jako užití zkratky.*

Délka záběru je závislá na pohybu v obraze a schopnosti televizního diváka zorientovat se v prostoru. Druhý aspekt je velmi důležitý. Je nutné divákovi co nejčastěji připomínat, že se jedná o záznam scénického představení, nikoli o televizní inscenaci, či film. Předpokládáme totiž, že všichni diváci mají zkušenost se scénickým dílem a produkty obrazových médií. Ale v případě dlouhého a častého užívání záběru, ve kterém se nevyskytují jasně determinující prvky divadla<sup>10</sup>, může si televizní divák zpřítomnit toto dílo jako původní televizní tvorbu. V tom případě se záznam stává nefunkční.

---

<sup>10</sup>To jsou velké celky, které prozrazují oponu divadla a divadelní horizonty, anebo záběry, které v předním plánu naznačují siluety diváků apod.

## 5.2 Scénické představení – Komerční médium

Výše jsme si již uvedl, o jaká scénická představení má komerční médium zájem. V zábavných a soutěžních večerech jsou užívané poměrně jednoduše čitelné dekorace. Ty nabízejí rychlou variabilitu, zvláště v užití svých projekčních částí. Nejenže tento aspekt splňuje výtvarnou složku díla, ale nenápadně napomáhá střihači, který se může nechat vést pouze tempem a rytmem střihové skladby. Divák je díky dekoraci totiž seznamován s realitou záznamu i v užších záběrech, kde se prolínají dekorační prvky. Užívaná dekorace bývá jednoduchá a ve výtvarném pojetí minimalistní. Tato jistá sterilita pak dovoluje, aby celkové záběry mohly být kratší. Divák se totiž rychleji v prostoru zorientuje a neočekává žádné změny. Rytmus se může blížit až ke klipovému střihu.

## 5.3 Scénické představení – Komunitní médium

Pokud jsem u veřejnoprávního média uvedl, že stále napomáhá divákovi zpřítomnit situaci, za které je natáčen záznam, tak u komunitního média je toto ještě markantnější. Už z označení „komunitní“ vyplývá, že oslovuje jasnou cílovou skupinu. Zde je řeč o milovnících vážné hudby či dramatu. Střihová skladba je tak podřízena jiným vjemům působících na tohoto menšinového diváka – jako je stránka hudební, či slovně dramatická. Tento úzce profilovaný divák se pak nemusí brechtovsky stále uvádět v realitu, že se jedná o představení. Ale naopak je snahou mu zprostředkovat um a úsilí účinkujícího, který vystupuje. Velké celky plní menší časový úsek díla a jejich úkol je informativní. Stopážově delší a tím i důležitější jsou užší záběry, které nesou vypovídající hodnotu o právě probíhajícím ději v závislosti na vystupujícím. Avšak nejedná se vysloveně o úzké záběry, ale vždy záběry, které zohledňují umělce. V případě hráče na housle se může jednat i polodetail. Ten, ačkoli neukazuje celou postavu, zdaleka postačuje, aby bylo zřejmé, jakou technikou na daný nástroj hraje.

## 5.4 Publicistika – Veřejnoprávní médium

Podle schválené licence musí veřejnoprávní médium respektovat normy, které jsou přímo uzákoněny<sup>11</sup>. Už v jeho prvním znění je zakotvena formulace, která hovoří o vyváženosti pořadu vzhledem k náboženskému, politickému a vůbec společenskému smýšlení obyvatel státu. V praxi existuje na mnoho výkladů tohoto zákona, které se bohužel odrážejí i v tak vysoce kreativní disciplíně, jako je televizní střih. V tomto duchu je doporučováno ponechat v záběru vždy vystupujícího mluvčího, který zastupuje skupinu tvořící společenský obraz naší republiky. Pod tuto definici pak lze dosadit jakéhokoliv člověka, který je hostem pořadu.

Publicistický pořad veřejnoprávní televize tak hledá řešení problémů z pohledu pozvaného hosta. Zároveň by mu neměl oponovat, či celý pořad pro něj nesmí vyznít negativně. A právě i tohoto pocitu jsme lze docílit vhodným střihem.

Způsob takového střihu popsal v publikaci FAMU doc. dr. Vladimír Kressl, který jej označuje střihem na dialog<sup>12</sup>. Autor zde uvádí, že střihač je povinen vysvětlit divákovi obsah projevu a zároveň postavu řečníka. Ovšem neznamená to mechanický střih na právě jednáající osobu. Doba výpovědi je tedy jiná než doba záběru na vypovídajícího. Pokud se střihne na postavu dříve, než začne vypovídat, zdůrazňuje se divákovi, nakolik je postava připravena na dané téma. A opačně – pokud záběr ustrne na několik slov ještě na předchozím řečníkovi, je vyzvednuta důležitost podávané informace. Odstřihnutí ještě před skončením slovního projevu, naznačuje konfrontaci. A v případě, že výpověď je ponechána záběrově doznít, je podtržena jedinečnost právě získané informace.

## 5.5 Publicistika – Komerční médium

Komerční médium v rámci délky střihu reflektuje dramaturgii konkrétního pořadu. Naučné, společensko-vědní, či politické pořady jsou zpracovávány v populárním duchu, kde je

---

<sup>11</sup> Zákon č. 483/1991 Sb.

<sup>12</sup> KRESSL, VLADIMÍR: Základy dramaturgie a režie filmové a televizní dokumentární tvorby, Praha 1979, 17 – 352 – 79 s 12

stříh hlavním nositelem rytmu pořadu. Proto vedle klasických polodetailních záběrů máme k dispozici několik celků, které mohou rozbít výpověď mluvčího v užším záběru. V tomto případě mají dramaturgickou funkci. Publicistické pořady jsou obecně totiž nositeli pomalejšího stříhového tempa. A právě rychlost a uchopení rytmu stříhové stránky publicistického pořadu může takový pořad začlenit do celkové dramaturgie komerčního média. Cílem takového pořadu pak není dojít k jakémukoliv konsenzu, ale může jím být pouze otevření problému.

## 5.6 Publicistika – Komunitní médium

Výše jsem se věnoval svobodě kreativního projevu u veřejnoprávní televize. Podobně je komerční televize v rámci publicistiky taktéž svázána. V tomto ohledu potom zdánlivě nejlépe vychází komunitní médium.

Délka záběru mluvčího nemusí být striktně stejná jako jeho výpovědi. Ba naopak. Komunitní médium dává přednost reakci. Jsou chvíle, kdy záběr může spočívat na moderátorovi diskuze, který jen naslouchá odpovědi, popřípadě pokyvuje hlavou. Tento dramaturgický prostředek stříhu pak dotváří atmosféru debaty. Ta není výhradně nepřátelská, ale taková, která hledá řešení problému, či jen jeho pojmenování – což je samotným posláním komunitního média. Řešení problému pak nemusí být přímo řečeno, ale užitím vhodného stříhu se dá dokázat, že nad takovým řešením panuje shoda.

## 5.7 Sport – Všechna média

Určovat rozdíly délek záběrů u sportovního utkání v rámci práce všech médií může být poněkud zavádějící. Proto problém zúžím na celkovou délku záběrů včetně opakovaných sekvencí. Komerční médium s ohledem na rozzáběrování si nejvíce všímá jedince, jeho vztahu s protivníkem. Této skutečnosti využívá i v případě vraceček, kde jsou upřednostňovány emoce nad hrou. Veřejnoprávní médium se snaží držet pravidel zápasu, čímž si více všímá regulérních sportovních situací. Komunitní médium všemi užitými záběry vypráví o atmosféře na sportovišti. Délka záběrů všech médií je pak podobná. Dá se tedy bez nadsázky říci, že u všech médií mluvíme o shodě v rytmu stříhu. Tempo a rytmus jsou zde totiž závislé na rychlosti dění na žíněnkách.

Rozdíl ale vidíme ve střihu v pohybu a v klidu, který popsal doc. Kressl tamtéž. Komunitní médium užívá pro plynulost vyprávění střih v pohybu. Komerční médium zase staví na střihu v klidu. Tím divákovi naznačuje návaznost dalšího záběru, který má potvrdit či vyvrátit záběr právě skončený. V souboji to znamená, že čekáme protiútok. Přestože se nedostaví, princip funguje. Tento střih byl důležitý tím, že navodil pocit napětí.

## 6 ZPŮSOB STŘIHU A STŘIHOVÉ EFEKTY

### 6.1 Scénické představení – Veřejnoprávní médium

Nejsilnější střihačovou zbraní je způsob samotného střihu díla. Jde o konečném vyznění záznamu jako celku. Střihač je totiž v cestě za divákem jako poslední kreativní složka výroby. I přes tuto skutečnost jeho pozice dovoluje velké množství zásahu do díla, které jej nenávratně ovlivní.

Veřejnoprávní médium se v rámci scénického představení snaží zachytit realnost díla samotného. Je tedy skeptické pro užití jakéhokoliv efektu, který zdůrazňuje, že se nejedná o zpřítomnění díla, ale o další umělecký počín. Střihač nesmí svou kreativitou přebít nápaditost a důvtipnost zabíraného scénického představení. Upřednostňuje jednoduchý střih dvou po sobě jdoucích záběrů. Tento princip je nejvíce podobný lidskému vnímání. Takový střih lidský mozek vyhodnocuje stejně, jako mrknutí nebo pohyb oka. Stíračky pak mohou být užity, ale neplní narativní, nýbrž grafickou, či výtvarnou, funkci.

### 6.2 Scénické představení – Komunitní médium

Stejně jako veřejnoprávnímu médiu, tak i komunitnímu jde o co největší dojem zpřítomnění scénického díla na obrazovce. Zde si střihač už jisté efekty může dovolit. Nejčastěji užívaným efektem je prolínačka. Ta může v díle fungovat až pod prahem divákova vnímání. Tedy pokud v hudebním díle začnou hrát sólo housle a my z celku prolíneme do jejich detailu, nijak tím nenarušíme tempo střihu a podprahově záběr propojíme. Co se děje v mozku? Nesmíme zapomenout, že jsme na úrovni komunity, která si libuje v poslechu vážné hudby. Více než obrazovou stránku tedy divák vnímá linku melodie. Prolínačku v rytmu úhozu druhé doby, či v es pauze před taktem, mozek diváka vyhodnotí jako obrazovou zkratku. Obdobně to funguje s prolnutím rekvizity herce, která v divadelním představení přebírá výpovědní hodnotu. Samozřejmě v obou případech stejně funguje i ostrý střih, avšak ten musí striktně respektovat tempo-rytmus celého díla.

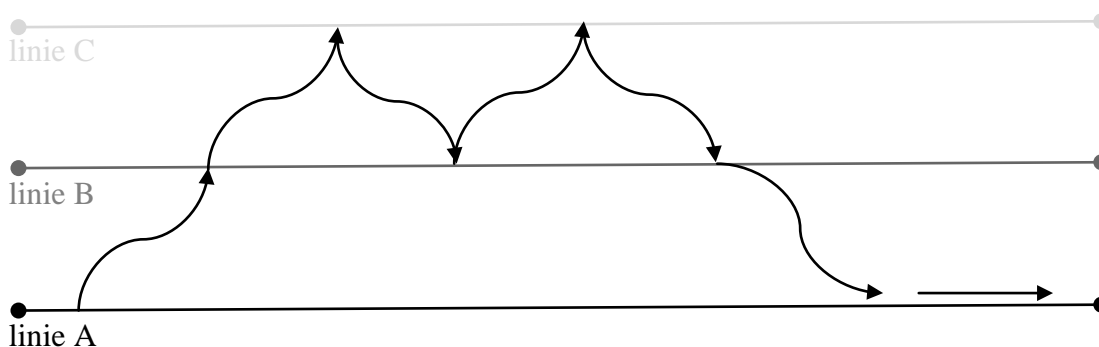
Jedním z dalších využívaných efektů je rozostření v kombinaci s prolínačkou. V uvedených dvou příkladech by pak fungovalo podobně. Ale pozor podtrhujeme tím dvakrát stejnou skutečnost. V žádném případě pak nefuguje střih dvou rozostřených obrazů. Takový efekt více evokuje snové vidění, než reálný přenos díla. Ve všech případech však

musí mít takový efekt své opodstatnění a nesmí být užit pouze jednou. Nese totiž podobné vlastnosti jako motiv.

### **6.3 Scénické představení – Komerční médium**

V efektech je střízlivější komerční médium, ale nedosahuje až jejich abstinence, jako médium veřejnoprávní. Dramaturgie střihu u těchto médií je totiž hodně popisná – tedy obrazem podtrhujeme scénickou akci. V případě, že postava na jevišti řekne: „Vezmu si svůj šál a odejdu.“, v záběru budeme sledovat sejmutí šály z věšáku a odchod herce z jeviště. Tento postup potom zpomaluje tempo celého pořadu. Prolínačkou si tedy pomůžeme ve spojení obrazu a zároveň mohou být záběry kratší a rytmus střihu to nijak neovlivní.





Při užití efektu si musíme uvědomit situaci, ve které se ocitá divák, a to právě vlivem střihu díla. Existují tři základní linie. Nejprve **linie A**. Ta je nejjednodušší, protože střih až ilustrativně popisuje situaci, kterou dílo zprostředkovává. Nejčastěji se jedná o různé typy celků, kde ve střihu reagujeme na hudební, či dramatickou akci. Ve střihu pouze v této linii lze setrvat po celou dobu pořadu – toho nejvíce využívá komerční médium.

**Linie B** je již dramaturgický počín kreativců, čili střihové vyprávění příběhu. Nezávisle na ději a motivech původní inscenace volíme záběry, které začínají tvořit nové motivy díla audiovizuálního. Příkladně u hudebního díla, ve kterém na sólové party houslí odpovídá viola. Avšak viola nemůže díky svému rozsahu motiv dohrát – proto poslední tóny dohrává violoncello. Vzniká tedy příběh – příběh dominujících houslí, které jsou v opozici k viole.

Viola však není s to opozici tvořit sama a dopomáhá jí cello. V tomto případě se nabízí motiv cello po celou dobu koncertu. Hledání jeho partnerského vztahu v dechových nástrojích orchestru apod. Tento motiv je pak jen jedním z mnoha užitých motivů, ale není použit pouze jednou. Jako každý jiný vztah, tak i tento má svou genezi. Tento princip není cizí komunitnímu, ani veřejnoprávnímu médiu. Přechod do něj pak může být v návaznosti na střihovém efektu.

A konečně **linie C**. Jedná se o linii, která se vymyká základním předpokladům vyprávění díla. Vraťme se k příběhu motivu smyčcových nástrojů. Ocítáme se v odezvě violy na housle. Housle kontrují a hráč na ně má výrazná specifika přednesu. Proto se vytrhujeme z příběhu a právě přes efekt přibližujeme divákovi specifika hry (nejčastěji ve velkém detailu).

Záběr má délku jasné čitelnosti a přes užitý efekt se vracíme zpátky k motivu příběhů smyčcových nástrojů. Tento princip je signifikantní pro komunitní média.

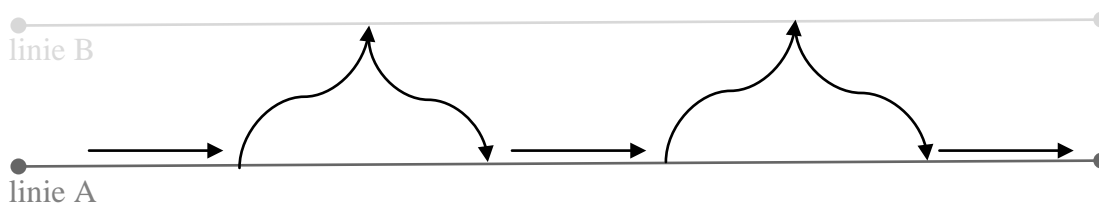
Jak ilustrace napovídá, přechody mezi liniemi jsou pozvolné a z linie A nelze vstoupit (ani s užitím efektu) do linie C.

## 6.4 Publicitika – Komunitní médium

Komunitní médium může v rámci svého vizuálního stylu využívat různé stíračky. Prolínačkou pak zdůrazňuje vyjití ze stylu. Tedy v příkladu, že spisovatel mluví o své nové knize, kterou zároveň třímá v rukou, můžeme do publikace prolnout. Tím se vymezujeme ze žánru publicistiky a můžeme nechat protagonistu knihou listovat. Opět musíme prolínačku použít jako motiv vícekrát. Nikoli jednou.

## 6.5 Publicitika – Komerční médium

I komerční televize je v rámci jednotného vizuálního stylu díla věrná stíračkám. Avšak stíračky a prolínačky užívá mnohem šířeji, než jiná média. Spolu s užitou hudbou pak tyto vizuální efekty navozují niternější atmosféru díla. A tak prolnutí očí mluvícího hosta pořadu dokážou rozechvět více, než samotná výpověď o těžké situaci v jeho životě. Stíračkou pak může střihač navodit změnu v ději či ve vývoji situace. Užití všech efektů v obrazu komerčního média je až na hranici amatérského stříhu. A to zcela záměrně. Takové dílo pak hovoří autentičtěji. Divák totiž dobře zná prvky domácího videa, kde tyto principy fungují a domácí video zároveň postrádá tvůrčí fabulaci. Pokud tedy komerční médium toto užívá, získává dílo zároveň i další autentické vlastnosti. Divák tak daleko víc věří výpovědi.



*V publicistice a zpravodajství se pohybujeme nejčastěji ve dvou liniích – ve faktické (A) a v dokreslující (B). U příkladu komunitního média se jedná o stříh rozhovoru se spisovatelem v reálném čase. Tedy divák se stává „přisedícím“ rozhovoru. A pro jeho komfort se můžeme pomocí efektu vytrhnout do linie B, ve které zblízka pozorujeme nový autorův počin – tedy potvrzení jeho slov.*

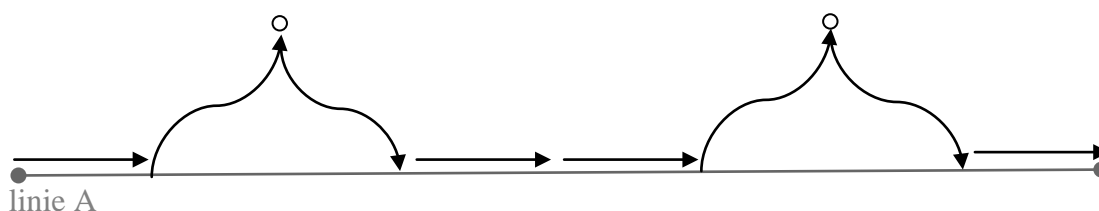
*Z výše uvedeného příkladu v komerčním médiu stříhový efekt taktéž potvrdí myšlenku díla. Opět se vytrhujeme z hlavní linie vyprávění (A) a dáváme to efektem divákovi znát. Efekt pak dodává tvrzení punc.*

## 6.6 Sport – Komerční médium

Sport je v rámci vysílání komerčního média v dnešní době závislý na reklamním sdělení. Nejenom že se značky sponzorů objevují v grafice, ale i v praktice dalšího střihu. Například v tradičním střihu, při němž využíváme vycházení z obrazu. V tomto případě nestříháme hned, ale až ve chvíli, kdy náš mozek vyhodnotí, že se reklama v zadním plánu obrazovky stala dominantní a její sdělení je již v prvním plánu. Anebo záběr koncentrujícího se sportovce, který rozostříme a prolneeme do celku s patrným reklamním sdělením. Všechny tyto principy velmi dobře marketingově fungují.

## 6.7 Sport – Komunitní médium

Vnímání komunity sportovců funguje jako vnímání jedince, který je příslušníkem jakékoliv komunity. Zde je tedy patrná návaznost na komunitu spotřebitelů, kterou v rámci sportovního utkání oslovuje komerční médium. V tomto tak obě média užívají stejné prostředky, avšak za dosažení jiného cíle. Nájezdy na bojovníkovu tvář a následné rozostření ve střihu má evokovat skutečné soustředění sportovce. Vyjití z obrazu pak předesílá velkou akci v následujícím obraze. Tohoto principu využívá i veřejnoprávní médium, ale v omezené míře. Takový kreativní zásah do střihu totiž může nést následek – a to nevytíhnutí bojové akce. Tento nonsens je pak odůvodnitelný pouze u komunitního média.



*U sportovního utkání lze hovořit o jedné (A) linii vyprávění, která vzniká momentem boje přímo na místě. Pomocí efektů pak můžeme zdůraznit „body“ – čili krátké motivy informačního sdělení tak, jak je popsáno k jednotlivým médiím výše.*

## 7 REŽISÉR VERSUS STŘIHAČ

Tato práce se opírá o principy, které fungují ve výrobě televizních pořadů. Přestože existují pravidla, vždy se jedná o práci ve skupině, kterou tvoří individuální profese. Přístup jednotlivců potom bývá různý.

Nejbližším spolupracovníkem střihače je bezpochyby režisér. Kde však začíná a končí jeho pravomoc? Vysvětlili jsme si zde možné principy dramaturgie střihu – a právě na nich by se měly obě složky shodnout ještě před začátkem samotného díla. Proto dalšímu, kterému by měl střihač naslouchat, je dramaturg, či kreativní vedoucí výrobní skupiny. Ten v kooperaci s režisérem určuje, jaká by měla být povaha díla, které motivy je nutné zdůraznit a kterých si raději nevšímat.

Záběrování je pak právem a povinností obrazové složky ve vedení s hlavním kameramanem – opět s dohledem režiséra. Střihač pak musí respektovat jimi navržený úzus.

Délka záběru je parketou střihače. On je zodpovědný za srozumitelnost pořadu, potažmo za celkový rytmus výpovědi díla. V tomto ohledu je poslední kreativní složkou, která může dílo ovlivnit. Je také prvním divákem. A to ne pouze ve vizuálním smyslu. On totiž „píše knihu vyprávění“ o akci, kterou za ním „čte“ spousta televizních diváků. On musí pochopit smysl pasáží, sekvencí a motivů. On musí vědět, jak jsou efekty v díle funkční. A to je největším rozdílem mezi střihačem a režisérem. Střihač vedle kreativity v sobě kloubí i systematickosti a věcnosti výpovědi, kterou může režisér postrádat. Pokud tuto vlastnost předpokládá a respektuje i režisér, je pak ochoten střihači ponechat poslední slovo, poslední zásah před nabídkou konečnému televiznímu divákovi.

## ZÁVĚR

Tato práce je studiem univerzálního střihače, který musí pružně reagovat na podmínky, ve kterých tvoří audiovizuální dílo. Pokud tento kreativec respektuje a zároveň je schopen užívat základní principy, musí si uvědomit, jakému médiu je dílo určeno. To však neznamená, že se bude odklánět od pravidel stříhu. Naopak v rámci intencí zadavatele tyto způsoby rozvíjí. Klíčové je pak najít v rámci přenášené události vztah. Většina děl si však nevystačí pouze s jednou vztahovou relací. V rámci tvorby takového díla vznikají vazby mezi aktéry, diváky na akci samotné a v neposlední řadě relace s divákem u obrazovky. A s ohledem na tyto dílem rozvíjející se vztahy myslících osobností se mění i priority střihače. Taková změna ale nemění tempo a rytmus stříhu.

Jiný vztah pak vzniká mezi dekorací, předměty a vystupujícími. Tyto vztahy pak fungují jako stříhové motivy. To znamená, že musí mít v rámci díla svou přirozenou expozici, vrchol a vhodné zakončení. Nezáleží potom v kolika prostřizích se motiv uskuteční. Obdobně potom fungují i efekty, které mohou být užívány, ale vždy s ohledem na jejich čitelnost v televizním vyprávění.

Ačkoliv jsem chtěl poukázat na rozdíly mezi jednotlivými médii, musíme nakonec přiznat, že se jednotlivé typy pořadů prolínají. Důvody jsou zřejmé. Příkladně u veřejnoprávní služby přímo zákon odkazuje na službu jednotlivým komunitám. To platí i obráceně, tedy komunitní média vyplňují veřejnoprávní službu. V oblasti sportu se pak maže rozdíl mezi komerčním a veřejnoprávním médiem zvláště proto, že subdodavatelské firmy zajišťující přenos a zároveň vyrábějí pro obě odvětví.

## SEZNAM PRAMENŮ

- BORDWELL, DAVID & THOMPSON, KRISTIN: Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu, Praha 2011, ISBN 978-80-7331-217-6
- VALUŠIAK, JOSEF: Základy střihové skladby, Praha 2012, ISBN 978-80-7331-230-5
- LABÍK, LUDOVÍT: Střihová skladba v zpravodajských a publicistických televizních žánrech, Edicia VŠMU
- HAVLÍČEK, DUŠAN: NOvý rozměr hudby, Praha 1968, ST-17-1490/68
- SADOUL, GEORGES: Zázraky filmu, Praha 1962, 24-128-62
- LINDGREN, ERNEST: Filmové umění, Praha 1961, 63VI/3
- LEVINSKÝ, OTTO & STRÁNSKÝ, ANTONÍN, Film a filmová technika, Praha 1972, 04-006-74
- FRANCL, GUSTAV: Film a román? Praha 1968, F-04-80140
- KRESSL, VLADIMÍR: Základy dramaturgie a režie filmové a televizní dokumentární tvorby, Praha 1979, 17 – 352 – 79

*Pro potřeby práce jsem využil několik televizních projektů. Prvním z nich je živé vysílání ze zahájení Festivalu Outdoorových filmů (obr.1) pro veřejnoprávní médium. Měsíčník (obr.6) festivalu chce přitahovat vyznavače těchto sportů. Pořad Hlubinami vesmíru (obr.5) pak oslovuje diváky komunity kolem astronomického dění. Scénicky zpracovaný koncert populární skupiny Bratři Ebenů (obr.3) byl taktéž určen pro komunitu věřících křesťanů. Muzikál Popelka na ledě (obr.2) se setkal i s televizním zpracováním pro komerční médium. A nejzajímavějším projektem se stalo mistrovství světa v karate (obr.4). Tento projekt byl v témže čase střihán pro všechny typy médií - jak pro veřejnoprávní televize napříč světem, tak i pro ryze komerční médium a zároveň jako studijní materiál pro sportovce. Vše z produkce a s laskavým svolením televizního studia © TELEPACE Ostrava*



obr.1



obr.2



obr.3



obr.4



obr.5



obr.6

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

- Str. 21      Záběry s televizní inscenace Píseň o Bernadettě (2014)
- Str. 23      Záběry televizního měsíčníku Hlubinami vesmíru (2013)
- Str. 24      Záběr z přenosu Mistrovství světa v karate Fudokan (2013)
- Str. 26      Záběry ze záznamu Popelka na ledě (2012)
- 
- Str. 33      Schéma stříhových linií v závislosti na efektech stříhu v rámci scénického představení.
- Str. 34      Schéma stříhových linií v závislosti na efektech stříhu v rámci publicistických pořadů
- Str. 35      Schéma stříhových linií v závislosti na efektech stříhu v rámci sportovních přenosů

**SEZNAM TABULEK**

- Str. 12      Tabulka – Přehled odvysílaných záznamů/přenosů čínoher v prvním roce vysílání komunitní televize, komerční televize a veřejnoprávní televize
- Str. 14      Tabulka – programové schéma veřejnoprávního média v období září 2011 včetně výsečového grafu znázorňující podíl publicistiky ve vysílání veřejnoprávního média
- Str. 15      Tabulka – programové schéma komerčního média v období září 2011 včetně výsečového grafu znázorňující podíl publicistiky ve vysílání komerčního média
- Str. 16      Tabulka – programové schéma komunitního média v období září 2011 včetně výsečového grafu znázorňující podíl publicistiky ve vysílání komunitního média