

Produkce přímého přenosu v rámci univerzitní televize

Bc. Žaneta Malečková

Diplomová práce
2013

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Žaneta MALEČKOVÁ**
Osobní číslo: **K10213**
Studijní program: **N7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Produkce přímého přenosu v rámci univerzitní televize**

Zásady pro vypracování:

1. Definujte problém v rámci univerzitní televize Neon TV a zaměřte se při tom na přímé přenosy pořádané v rámci této televize.
2. Prostudujte a vymezte teoretické aspekty televizního přímého přenosu, soustředte se především na produkční stránku přenosu.
3. Určete rozdíly mezi produkcí přímého přenosu v univerzitní televizi a produkcí přímého přenosu v profesionální televizi.
4. Zpracujte výzkum, kde na reprezentativním vzorku zjistíte hlavní problémy produkce přímých přenosů v univerzitních a profesionálních televizích.
5. Zhodnoťte uplatnitelnost postupů z profesionální televize v univerzitní televizi a na základě toho vytvořte konkrétní doporučení pro produkci přímých přenosů konaných v rámci Neon TV.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

MILLERSON, Gerald a Jim OWENS. Television production: the path to digital media production. 14th ed. Boston: Focal Press/Elsevier, c2009, xxii, 399 p. ISBN 978-0-240-52078-0.

MUSBURGER, Robert B a Gorham Anders KINDEM. Introduction to media production: the path to digital media production. 4th ed. Boston: Focal Press/Elsevier, 2009, xxi, 509 p., [4] p. of plates. ISBN 02-408-1082-1.

ORLEBAR, Jeremy. Kniha o televizi. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012, 213 s. ISBN 978-807-3312-466.

VRABEC, Jan. Problematika televizní produkce. Praha: Studijní odbor Čs. televize, 1967. 196 s.

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Tomáš Šula

Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce:

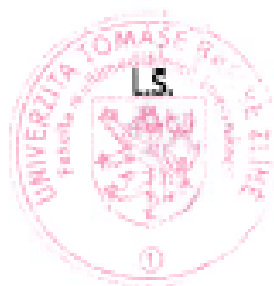
1. října 2012

Termín odevzdání diplomové práce:

19. dubna 2013

Ve Zlíně dne 3. února 2013

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.



Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.

ředitelka ústavu



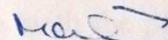
PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

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 ¹⁾;
- 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 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ 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 ³⁾ 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 18.4.2013

ZARUETA MALEJCIOVA



Jméno, příjmení, podpis

1) 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 nevydělečně 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 nahlázení 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 pořizovat 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.

2) 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 nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-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 vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) 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 jím 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 přihlídnou k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá přímým televizním přenosem, především jeho produkční složkou. Porovnává produkci přímého přenosu v rámci univerzitní televize a v rámci profesionální televize a také zkoumá, zda jsou postupy z profesionální televize uplatnitelné při realizaci přímého přenosu v univerzitní televizi. Na základě toho jsou v závěru práce uvedena doporučení pro zkvalitnění přímých přenosů pořádaných univerzitní televizí Neon TV, která funguje na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

Klíčová slova: televize, internet, přímý přenos, streaming, studentská televize, televizní studio, audiovizuální produkce, Neon TV, propagace, sledovanost

ABSTRACT

This diploma thesis deals with the live streaming and mostly with the production part of the streaming. Production of live streaming in university television is compared with production of live streaming in professional television and the thesis also tries to find out whether the procedures used in professional television are applicable in university television. The last part of the thesis is list of recommendations for production of live streaming in university television of Thomas Bata University in Zlin, Neon TV.

Keywords: television, internet, live streaming, student television, television studio, audiovisual production, Neon TV, promotion, view ratings

“When you want something, all the universe conspires in helping you to achieve it.”

Paulo Coelho

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

Ráda bych na tomto místě poděkovala všem, kteří při mně stáli a podporovali mě při psaní diplomové práce i po celou dobu mého studia na FMK UTB ve Zlíně. Děkuji především Mgr. Tomáši Šulovi. Mgr. Janu Čadovi, vedení a všem pracovníkům Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, rodičům, přátelům a všem ostatním, kterým vděčím za nabytí cenných poznatků a zkušeností.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 MÉDIA A MASOVÁ MÉDIA	14
1.1 INTERNET	14
1.2 TELEVIZE	15
1.2.1 Historie televizního vysílání ve světě i u nás	15
1.2.2 Proměny televize v čase	16
1.2.3 Internetová televize	16
1.2.3.1 Catch-up TV	17
1.2.3.2 Video-on-demand	17
1.2.3.3 Funkce internetové televize	17
1.2.4 Hybridní televize	18
1.2.5 Studentská televize.....	18
1.2.5.1 MU v Brně	19
1.2.5.2 ČVUT v Praze.....	19
1.2.5.3 UK v Praze.....	19
1.2.5.4 UTB ve Zlíně	19
2 PŘÍMÝ PŘENOS	20
2.1 DĚLENÍ PŘÍMÝCH PŘENOSŮ A JEJICH SPECIFIKA	20
2.2 POTŘEBNÁ TECHNIKA A TECHNOLOGIE.....	21
2.2.1 Technologie pro snímání obrazu	21
2.2.2 Zachytávání videa	21
2.2.3 Technologie pro snímání zvuku	21
2.2.4 Záznam zvuku a jeho postprodukce	21
2.2.5 Hardwarové vybavení	21
2.2.6 Síťové připojení.....	22
2.2.7 Přenosový vůz	22
2.2.8 Streaming	23
2.3 SLOŽENÍ ŠTÁBU A FUNKCE JEDNOTLIVÝCH POZIC A PROFESÍ V RÁMCI PŘENOSU	24
2.3.1 Práce v týmu a vzájemná kooperace	24
2.3.2 Práce produkčního a produkční činnost	24
2.4 ČASOVÁ OSA PŘÍMÉHO PŘENOSU	24
2.4.1 Příprava	25
2.4.2 Realizace	27
2.4.2.1 Práce režiséra během realizace	27
2.4.2.2 Práce produkčního během realizace	27
2.4.3 Likvidace.....	27
2.5 PŘÍMÝ PŘENOS V RÁMCI UNIVERZITNÍ TV	28
2.5.1 Masarykova univerzita v Brně	28
2.5.2 Vysoké učení technické v Brně.....	28
2.5.3 České vysoké učení technické v Praze.....	28
2.5.4 Univerzita Karlova v Praze	29
2.5.5 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	29

2.6	KOMUNIKAČNÍ MIX PŘÍMÉHO PŘENOSU	29
2.6.1	Reklama.....	30
2.6.1.1	Video spot.....	30
2.6.1.2	Tisková reklama.....	30
2.6.2	Public Relations	30
2.6.3	Direct marketing.....	30
3	METODOLOGIE VÝZKUMU.....	31
3.1	DOTAZOVÁNÍ	31
3.2	STRUKTUROVANÉ ROZHOVORY	31
4	VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	32
II	PRAKTICKÁ ČÁST	33
5	VÝZKUM.....	34
5.1	DIVÁCI A SLEDOVANOST PŘÍMÝCH PŘENOSŮ TELEVIZE NEON TV	34
5.2	ROZDÍL MEZI PRODUKČÍ PŘÍMÉHO PŘENOSU V KOMERČNÍ TELEVIZI A STUDENTSKÉ TELEVIZI.....	34
6	VÝSLEDKY VÝZKUMU.....	36
6.1	PRVNÍ ČÁST – KVALITATIVNÍ VÝZKUM	36
6.1.1	Respondent č. 1	36
6.1.2	Respondent č. 2	37
6.1.3	Respondent č. 3	37
6.1.4	Respondent č. 4	38
6.1.5	Respondent č. 5	39
6.1.6	Respondent č. 6	39
6.1.7	Zjištění.....	40
6.1.7.1	Profesionální produkční.....	40
6.1.7.2	Produkční studenti	40
6.2	DRUHÁ ČÁST – KVANTITATIVNÍ VÝZKUM.....	41
6.2.1	Kdo byli respondenti a kolik jich bylo	41
6.2.2	Na jaké odpovídali otázky a proč.....	41
6.2.2.1	Otázka č. 1 - Sledovali jste internetový přímý přenos galavečera Cena Salvator (20. 3. 2013 na www.neontv.cz)?.....	41
6.2.2.2	Otázka č. 2 - Odkud jste se o přenosu dozvěděli?	42
6.2.2.3	Otázka č. 3 a č. 4 (upřesňující k otázce č.2) – Kde přesně?.....	43
6.2.2.4	Otázka č. 5 – Proč jste přenos nesledovali?	44
6.2.2.5	Otázka č. 6 – otázka č. 11 – demografické otázky	45
6.2.3	Zjištění.....	45
6.2.3.1	Úspěšnost propagace.....	45
6.2.3.2	Důvod nesledování přímého přenosu	46
7	UNIVERZITNÍ TELEVIZE NEON TV	47
7.1	LIDSKÉ ZDROJE – STUDENTI	47
7.1.1	Personální zajištění přímého přenosu.....	49
7.2	MATERIÁLNÍ ZDROJE	50
7.2.1	Externí zajištění techniky	51

7.3	FINANČNÍ ZDROJE.....	51
7.4	OSTATNÍ ZAJIŠTĚNÍ	51
7.4.1	Přeprava.....	51
7.4.2	Komunikace, organizace	52
7.5	SPOLUPRÁCE S KOMAG A PROJEKTY NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ.....	52
7.5.1	KOMAG.....	52
7.5.2	Projekty neziskových organizací.....	52
7.5.3	Spolupráce TV Neon, KOMAG a Projektů neziskových organizací.....	53
7.6	SEZNAM VŠECH PŘENOSŮ USKUTEČNĚNÝCH V RÁMCI NEON TV.....	53
7.7	PŘÍMÝ PŘENOS V RÁMCI NEON TV	54
7.7.1	Příprava	55
7.7.1.1	Generální zkouška.....	56
7.7.2	Realizace	56
7.7.3	Likvidace.....	57
7.7.3.1	Záznam.....	57
7.7.3.2	Technika.....	57
7.7.3.3	Vyúčtování.....	57
7.7.4	Používaná technologie	57
7.7.5	Propagace	58
7.7.6	Přínos přímého přenosu.....	58
7.7.6.1	Neon TV	58
7.7.6.2	Spolupracující projekty.....	58
7.7.6.3	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně a Fakulta multimediálních komunikací.....	59
8	ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	60
8.1	Z JAKÝCH ZDROJŮ SE SOUČASNÍ DIVÁCI PŘÍMÝCH PŘENOSŮ REALIZOVANÝCH V RÁMCI NEON TV O PŘENOSU DOZVÍDAJÍ?	60
8.2	CO JE HLAVNÍM DŮVODEM NESLEDOVÁNÍ PŘÍMÉHO PŘENOSU?	60
8.3	JAKÉ JSOU HLAVNÍ ROZDÍLY MEZI PŘÍMÝM PŘENOSEM, KTERÝ REALIZUJÍ STUDENTI, A PŘÍMÝM PŘENOSEM, KTERÝ JE REALIZOVÁN PROFESIONÁLNÍMI TVŮRCI?	60
III	PROJEKTOVÁ ČÁST	61
9	DOPORUČENÍ PRO PROPAGACI PŘÍMÝCH PŘENOSŮ REALIZOVANÝCH V RÁMCI NEON TV	63
9.1	ROZŠÍŘENÍ PROPAGACE	63
9.1.1	Public Relations	63
9.1.2	Internetová propagace	63
9.1.3	Self promotion.....	64
10	NÁVRH NA ZKVALITNĚNÍ ŠTÁBU PŘÍMÉHO PŘENOSU	65
10.1	WORKSHOPY	65
10.2	ORGANIZACE LIDSKÝCH ZDROJŮ	65
11	DOPORUČENÍ A POSTUPY PRO PRODUKCI PŘÍMÉHO PŘENOSU	66
11.1	MANUÁL	66
	ZÁVĚR	71
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	72

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	74
SEZNAM OBRÁZKŮ	75
SEZNAM GRAFŮ	76
SEZNAM PŘÍLOH.....	77

ÚVOD

„Film, to jsou lidé, kteří mluví mezi sebou. Televize jsou lidé, kteří mluví s námi.“
(Nigerijský školák v anketě UNESCO)

Přestože je doba počátků filmu vzdálená asi 100 let, technologie v oblasti audiovizuálního přenosu urazila za ten čas neskutečný kus cesty. Na začátku této éry lidé chodili za pohyblivými obrázky do biografu, a dívali se tam na snímky černobílé a němé. Postupně získaly obrázky zvuk i barvu a za nějaký čas se přestěhovaly i k divákům domů na televizní obrazovku. Velký zlom potom nastal s rozmachem internetu – audiovizuální obsah se začal postupně umisťovat na webových stránkách a stále se zlepšující internetové připojení umožňuje lidem i dnes dívat se na videa kdykoliv a kdekoliv.

Přímý přenos má v audiovizuálním světě specifické postavení – tím, že probíhá živě, zprostředkovává publiku nezpožděnou konfrontaci s událostí, která může právě díky zvyšující se kvalitě přenosu probíhat třeba na druhém konci zeměkoule, než se nachází divák. Přímý přenos byl výsadou televizi, ale jen do doby, kdy přišel internet. Díky dostupnější technice i technologii dnes může obsah webu konzumovat a především tvořit téměř kdokoli.

A právě proto, že videa už nevznikají jenom ve filmovém štábu nebo v televizi, rozvíjí se ve světě i v České republice audiovizuální média, která ke své práci používají základní techniku a volně dostupné technologie a programy.

Mezi taková média patří i televize, jejichž obsah tvoří studenti a zpravují tak okolní svět a ostatní studenty o událostech dějících se v jejich těsné blízkosti.

V této práci jsem se rozhodla zabývat se problematikou přímého přenosu v rámci studentské televize, protože si myslím, že i nekomerční projekt, kterým studentská televize je, dokáže vytvářet kvalitní a relevantní obsah.

V teoretické části budou vymezeny pojmy „televize“, „studentská televize“, „přímý přenos“ a tato část práce předloží jejich spojitosti těchto pojmů, dále potom aspekty a náležitosti, které přímý přenos má.

Poté bude proveden výzkum, který má za cíl zjistit, jaké jsou hlavní rozdíly mezi produkcí přenosu v rámci komerční televize a studentské televize. Získané poznatky potom budou aplikovány na produkci přenosu v rámci NEON TV, což je studentská televize fungující na UTB ve Zlíně. Z průzkumu vyplyne, v jaké míře jsou poznatky z komerční sféry uplatnitelné i na univerzitní půdě; které ano, které ne a proč tomu tak je.

Další část bude zkoumat diváky živých přenosů uskutečněných NEON TV, bude vytvořen jejich profil a pomocí průzkumu bude zjištěno, co by měla televize udělat, aby měla diváků více. Konkrétní doporučení k produkci přenosu i k získání diváků budou uvedena v projektové části, stejně jako návrh řešení k jejich implikaci.

Celkovým cílem této práce je zjistit, jak by se dala zvýšit sledovanost živých přenosů pořádaných v rámci Neon TV ve Zlíně, a to dvěma způsoby – zlepšením kvality přenosu a zlepšením propagace přenosu. Doporučení pro zlepšení kvality by měla vzejít z výsledku první části průzkumu – tedy dotazování profesionálních tvůrců živých přenosů, doporučení pro zefektivnění propagace pak vyplynou z druhé části výzkumu – dotazování skutečných i potenciálních diváků přenosů Neon TV.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MÉDIA A MASOVÁ MÉDIA

„Užívání pojmu média nemá přesně vymezené hranice, rozumí se jím jak technický prostředek, komunikační kanál, tak sociální instituce, organizace masové komunikace; v anglosaské literatuře se rozlišují média tištěná (angl. print) a média elektronická (angl. electronic), do nichž se v poslední době zařazuje také e-mail a internet. Českým ekvivalentem pojmu média, masmédia jsou „hromadné sdělovací prostředky“, „prostředky masové komunikace“ nebo „prostředky masové informace“. (Osvaldová, 2007, s. 118)

„Masová média jsou prostředky masové komunikace, které multiplikují sdělení veřejného charakteru a rozšiřují je směrem k širokému, rozptýlenému, rozmanitému a individuálně neurčenému anonymnímu publiku. Pod pojem masová média se obecně zařazují noviny, časopisy, rozhlas a televize, patří sem však rovněž kniha, film, video, veškeré druhy masově šířených obrazových a zvukových záznamů (dnes mj. CD-ROM, internet) a ostatní vysoko-nákladové tiskoviny (např. letáky).“ (Osvaldová, 2007, s. 118)

1.1 Internet

„Internet je globální systém propojených počítačů pomocí síťových kabelů, které používají standardní připojení TCP/IP. Pomocí Internetu můžeme načítat webové stránky, a to ať už jsou osobní, veřejné, akademické, obchodní či vládní, ze serveru, kam jsou ty stránky uloženy. Internet obsahuje miliony informací a služeb. Zkratka WWW představuje the World Wide Web (v češtině světový široký internet). Původ internetu se datuje na 60. léta minulého století, kdy US potřebovali rychlé spojení s armádou.“ (Inetmag, 2009, online [cit. 2013-02-21])

Internet se postupně stal také v oboru médií nepostradatelnou a neodmyslitelnou součástí každodenní reality. O úloze internetu především v oblasti distribuce médií hovoří Gerald Millerson ve své knize Television production: the path to digital media production:

„Internet se stal tak všudypřítomným a všeobjímajícím, že je těžké přesně určit jeho samostatnou hodnotu, budeme-li ho brát jako distribuční systém. Dnes i v budoucnu bude mít internet hlavní postavení v distribuci všech forem mediálního obsahu, ať už vytvořeného profesionály anebo pocházejícího z kamer, mikrofonů, počítačů a myslí amatérů. To, jak budou média umístována na internet, kdo bude kontrolovat média na internetu a jak budou internetové distribuční systémy fungovat, může určit budoucnost v oblasti financování, produkce a distribuce médií.“ (Millerson a Owens, c2009, str. 9)

1.2 Televize

„Televize (nebo zkráceně TV) je velkou částí našeho života. Možná jste se na televizi dívali dnes ráno. Anebo možná večer budete sledovat televizní show.“ (Bodden, 2004, str. 4)

„Televize je audiovizuální masové médium umožňující přenos obrazové a zvukové informace. Od dalších audiovizuálních médií, filmu, domácího videa, CD-ROMu či internetu, se televize odlišuje rozdílnou distribucí sdělení (televizním kanálem umožňujícím přenos události v reálném čase), odlišnou situací konzumace tohoto média a u filmu též rozdílnými možnostmi reprodukce obrazové reality. V užším chápání pojmu je televize technickým systémem přenášejícím obrazy na dálku prostřednictvím televizního signálu, resp. televizního přístroje (označovaného též jako obrazovka). Funkci masového média televize plní tvorbou a vysíláním televizního programu. V nejširším chápání pojmu je televize sociálním systémem masové komunikace zahrnujícím nejen technický systém a výsledný produkt, tj. vysílaný program, ale také veškeré organizační struktury, které jsou nezbytné k zajištění výroby programu a k jeho masové distribuci.“ (Osvaldová, 2007, str. 187)

1.2.1 Historie televizního vysílání ve světě i u nás

Základní fakta o počátcích televizního vysílání u nás i ve světě najdeme v Encyklopedii praktické žurnalistiky autorů Barbory Osvaldové a Jana Halady.

Britská stanice BBC začala pravidelně vysílat 2. 11. 1936. V této době vlastnilo televizní přijímač asi 300 obyvatel Velké Británie. U nás (v tehdejší Československu) se začátek pravidelného zkušebního vysílání datuje k 1. 5. 1953, tenkrát v rámci Československého rozhlasu. Samostatná Československá televize (ČST) vznikala až v letech 1957-1958. Od roku 1970 začal fungovat také druhý program ČST, na kterém o tři roky později běžely i barevné pořady. První soukromou televizi, kterou u nás bylo možno sledovat, se stala 20. 6. 1993 TV Premiéra, nejprve regionálně v Praze a okolí, od začátku roku 1997 po celé České republice pod názvem TV Prima. Mezitím v roce 1994 počala své vysílání také TV NOVA.

1.2.2 Proměny televize v čase

„Historie televize ukazuje, že vývoj technologie je hnacím motorem změn ve sledovaných návycích i v obsahu. Když televize přešla v sedmdesátých letech k barvě, v devadesátých pak k širokoúhlému formátu a nyní k HD a omezenému 3D, diváci se na tyto technologie a pořady vrhli. Nicméně nová média tento vývoj samozřejmě narušují.“ (Orlebar, 2012, str. 17)

Jeremy Orlebar se tím snaží říci, že televize byla jeden čas nejnovějším vynálezem, jehož proměny a nejnovější trendy byly diváky velmi pozorně sledovány a následně žádány. Nová média tento vývoj narušují ve dvou ohledech:

1. Televize už není nejmodernějším a nejnověji vyvinutým médiem, předstihly ji počítače, internet a s nimi spojená i ostatní nová média.
2. Televizní obsah se již k divákům nedostává pouze pomocí obrazovek televizorů, které se nachází v jejich domácnostech, ale může se šířit právě díky novým médiím a novým technologiím – do hry zde vstupují hlavně počítače, mobilní telefony a internet.
3. Díky novým médiím se mnohem více rozvíjí interaktivita médium-divák, v případě některých médií se diváci stávají zároveň tvůrci obsahu.

1.2.3 Internetová televize

S rozmachem technologie se vyvinula také nová forma televizního média – internetová televize (anglicky „internet TV“ nebo také „on-line TV“). Tímto pojmem rozumíme vysílání přes webové rozhraní, které je přístupné každému, kdo má přístup k internetu a nainstalovaný nějaký internetový prohlížeč.

Pojem „internetová televize“ by neměl být zaměňován s IPTV, totiž šířením služeb digitální televize pomocí internetového protokolu.

Mezi nejznámější internetové televize patří na mezinárodní úrovni YouTube a MySpace, u nás potom Stream, iprima, idnes TV, atd.

Rozdíl lze pozorovat mezi tím, zda obsah může nahrát kdokoliv s aktivním účtem, jak je tomu např. na YouTube nebo Stream, nebo zda je obsah vkládán a kontrolován jedním subjektem, jako např. na iprima nebo idnes.

1.2.3.1 Catch-up TV

Způsob, kterým internetové televize fungují je známá pod názvem catch-up, což znamená „*služby umožňující stahování či streamování televizních pořadů prostřednictvím internetové stránky, kabelové sítě anebo aplikace zabudované přímo do televizoru. Fungují většinou na principu video-on-demand, kdy si uživatel může vybírat z velké nabídky pořadů a pouštět si je kdykoliv bez ohledu na čas jejich vysílání v televizi.*“ (Orlebar, 2012, str. 22)

1.2.3.2 Video-on-demand

Video-on-demand (někdy zkráceně VOD) je služba, „*kdy je televizní pořad přístupný divákům prostřednictvím internetové stránky k zhlédnutí ještě po určitou dobu po jeho odvysílání v televizi.*“ (Orlebar, 2012, str. 22)

1.2.3.3 Funkce internetové televize

Internetová televize nabývá důležitosti právě s rozvojem internetu. V době, kdy je internetové připojení dostupné v mnoha státech planety Země a čím dál více obyvatel planety internet používá.

Internetové připojení má mnoho podob, kterých s rozvojem techniky přibývá. Mobilními se stala nejen zařízení, na kterých se k internetu můžeme připojit (mimo známé PC přibýly laptopy, tablety a mobilní telefony), ale také technické vymoženosti zprostředkující signál (není již tedy třeba připojovat se přes LAN kabel nebo přes pevnou linku, ale existuje i bezdrátové připojení přes Wi-fi síť, přenosné USB modemy atd.). Také díky tomu pocítujeme zvyšující se důležitost internetových médií, tedy i internetové televize. Díky umístování odvysílaného obsahu na web již divák není závislý na místě ani čase, nemusí tedy pro sledování svého oblíbeného pořadu v určitý čas zapínat televizi, ale může si pořad pustit druhý den ráno na svém telefonu třeba po cestě do práce. Existují samozřejmě jistá omezení v oblasti autorských práv, proto jsou na webu nabízena většinou pouze videa natočená provozovatelem nebo vlastníkem webových stránek, ostatní obsah je někdy možno pustit si za příplatek.

1.2.4 Hybridní televize

„Technologie hybridní televize propojuje televizní obsah s internetem a navazuje na digitalizaci televizního vysílání. Reálně tak přináší služby, jež jsou ve světě marketingových komunikací v mnohém revoluční. V souvislosti s nárůstem televizního obsahu a kapacity sítí dochází k propojení více složek zábavního průmyslu. Jednotlivé složky jako videopůjčovny, zpravodajství, sázkařské příležitosti nebo hry, se snaží dostat blíže k příjemci obsahu. Jedná se tedy o změnu dlouhodobého trendu, kdy se zábavní průmysl odkláněl od televizní obrazovky k monitorům. Nyní dochází k návratu televize do televizoru a zároveň se otevírají zcela nové možnosti v televizním byznysu. Tyto činí z televizního vysílání podle pokrytí masmédiem, ale nově i podle možnosti zacílení při spojení s internetem hypersegmentační instrument s vysoce customizovatelným obsahem jednotlivých uživatelů.“ (Čada, 2012)

1.2.5 Studentská televize

Pojmem „univerzitní televize“ nebo „studentská televize“ rozumíme médium, které je specifické tím, že obsah je zčásti nebo zcela tvořen studenty, tedy neprofesionály. Ti si v rámci studentské televize mohou všechnu práci v televizi vyzkoušet a zdokonalovat tak své schopnosti a získat cenné zkušenosti.

O studentských televizích píše Markéta Šebestová ve své bakalářské práci z roku 2011, a poskytuje nám v ní cenné informace o situaci v ČR, co do studentských a školních projektů pokoušejících se o vytváření konceptu televize.

Ve světě, především v USA a ve Velké Británii, je existence studentské televize běžnou praxí, funkčním studiem zde disponuje mnoho vysokých škol a univerzit, které tak studentům poskytují možnost věnovat se televizní práci a vytvářet obsah pro univerzitní televizi. V České republice v současné době fungují čtyři média, která by se dala označit jako univerzitní televize – mmtv na Masarykově univerzitě v Brně, Audiovizuální centrum Silicon Hill studentů ČVUT v Praze, UKáčko TV na Univerzitě Karlově v Praze a Neon TV na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

1.2.5.1 MU v Brně

Na Masarykově univerzitě v Brně působí televize mmtv, která si vytváří vlastní reportáže i články a publikuje je na svém webu <http://www.munitv.cz/>.

1.2.5.2 ČVUT v Praze

Na pražském ČVUT byl založen spolek Silicon Hill, který vytváří videa o dění na škole i mimo ni, zabývá se i aktuálními tématy, které se školy nijak nedotýkají. Nevýhodou je to, že pro zhlédnutí reportáže si ji člověk musí stáhnout k sobě do počítače a potom pustit na přehrávači – není tu využita technologie streamingu.

1.2.5.3 UK v Praze

Studenti pražské Univerzity Karlovy mají také svou studentskou televizi, která však nemá vlastní webové stránky a funguje pouze jako kanál na YouTube.com. Televize se jmenuje UKáčko TV a spadá pod studentský portál UKáčko.cz.

1.2.5.4 UTB ve Zlíně

Studentská televize zlínské univerzity se jmenuje NEON TV a funguje na vlastních stránkách www.neontv.cz. Vytváří a publikuje vlastní články, foto reportáže, video reportáže, video zpravodajství a také přímé přenosy. Činnost Neon TV se zaměřuje především na dění na univerzitě a v jejím blízkém okolí.

2 PŘÍMÝ PŘENOS

„Přímý přenos je specifický produkt rozhlasového a televizního vysílání založený na technické schopnosti elektronických médií simultánně snímat a dálkově přenášet zvukové a audiovizuální informace o aktuální události, kterou může sledovat libovolný počet příjemců v časovém souběhu s vývojem události. Umožňuje posluchačům a divákům, aby se stali bezprostředními účastníky a očitémi svědky důležitého společenského, kulturního a sportovního dění, a to v okamžiku jeho průběhu nebo později ze záznamu.“
(Osvaldová, 1999, str. 144)

S živým televizním přenosem se v českých i zahraničních televizích setkáváme denně – jedná se především o živé vstupy ve zpravodajství a přenosy nejrůznějších akcí - sportovních utkání, galavečerů a estrád, předávání cen, tiskových konferencí, jednání parlamentu.

2.1 Dělení přímých přenosů a jejich specifika

Jan Petr ve své práci „Přenos jako televizní specifikum“ (1970, FAMU) rozděluje přenosy podle přenášené události – existují podle něj přímé přenosy, jejichž průběh je určován okolnostmi vně televize (např. pohřeb slavné osobnosti), kde neznáme přesnou délku přenosu, nemůžeme vše připravit a naplánovat (při přenosu z exteriéru mezi takové faktory patří také počasí, hluk z ulice apod.). Druhým případem je přenos předem připraveného přenosu, např. televizní estrády, kdy víme, jaký je přesný program, máme možnost generální zkoušky a faktory, které by mohly změnit předem připravený program, je mnohem méně než u prvního popisovaného typu.

Podobným tématem jako Jan Petr se v části své práce zabývá i Klára Myslíková (Televizní přímé přenosy v ČR, FAMU, 2005), píše zde o výhodách přenosu koncertu nebo divadelního představení (již zmiňovaná možnost zhlédnutí před samotným přenosem, jistá statika scény), ale zmiňuje jedno z možných omezení, kterým jsou diváci v hledišti. Ti mohou průběh přímého přenosu narušovat nežádoucími zvuky (přestože divácká reakce na program je vhodnou a mnohdy i žádoucí kulisou – smích, potlesk) nebo pohyby (máme na mysli např. vstup do záběru). Na druhou stranu je třeba uznat, že také štáb přímého přenosu i jejich technika omezují diváky – mj. omezují kapacitu, protože zabírají místa v hledišti.

2.2 Potřebná technika a technologie

Druh i objem techniky využívaný při realizaci přímého přenosu opět závisí na mnoha okolnostech – je třeba přihlídnout k důležitosti přenášené události, k místu, odkud budeme přenášet, dále musíme najít místo, které je nejlépe zvukově izolováno a nachází se mimo přenášenou událost - zde bude moci sídlit obrazová a zvuková režie.

K samotnému záznamu materiálu je třeba následujících šesti komponent:

2.2.1 Technologie pro snímání obrazu

Pro snímání obrazu lze použít kameru, kamkodér nebo fotoaparát s možností natáčení videa. Vedení signálu je analogové nebo digitální a poskytováno je v kvalitě SD nebo HD.

Vzhledem k tomu, že se jedná o prvotní zdroj elektrického signálu, je velmi důležité, aby snímání bylo kvalitní

2.2.2 Zachytávání videa

Pro digitalizaci analogových signálů, embedování audia s videem, případně pro prostý záznam digitálního signálu slouží zachytávací zařízení známé jako grabovací karty.

2.2.3 Technologie pro snímání zvuku

Záznam zvuku je řešen adaptabilně podle snímaného prostředí. Rozlišujeme mikrofony integrované přímo v kamerové technice, externí mikrofony s různou charakteristikou a dále pak je systém dělí na šňůrový a bezšňůrový. Živý přenos se neobejde bez celého spektra mikrofonů, protože je zde široká škála zvuků, které je třeba snímat a přenášet. Použité mikrofony jsou vždy voleny podle charakteru přenášené události.

2.2.4 Záznam zvuku a jeho postprodukce

Záznam zvuku probíhá při offline natáčení zpravidla přímo do kamkordéru, u živých přenosů dochází k záznamu více zvukových kanálů a jejich finálnímu mixu prostřednictvím audiorežie, která je zpravidla schopna zpracovat 16 i více zvukových vstupů.

2.2.5 Hardwarové vybavení

Enkodování a distribuci signálu vykonává počítačová technologie, jejíž parametry se mění v čase a narůstající kompresí a kvalitou videa. Obecně rozlišujeme terminologii:

Kodér – zpravidla přenosný počítač s vysokými nároky na výkon, jež zajišťuje kódování signálu z režie. Signál z kodéru je přenášen po síti do serverového stanoviště.

Distribuční server – serverová technologie, která redistribuuje signál z kodéru konečným uživatelům. V současné době existují dvě výrazné platformy. Windows Media Serve a Adobe Flash server. Poměr využití je 50:50.

2.2.6 Síťové připojení

Síťové připojení je třeba pouze v případě, že ukládáme přímo video na server nebo zajišťujeme pomocí serveru přímý přenos; v tom případě by mělo být přiměřeně rychlé (stačí dostupná šířka pásma 500kb/s - 1Mb/s) a hlavně opět dostatečně spolehlivé.“ (Holub, 2002, online, [cit. 2013-2-21])

Holub ve svém článku hovoří o základním vybavení, ke kterému můžeme v zájmu zvýšení kvality a atraktivity přenosu přidat také další vybavení – např. světla, dorozumívací zařízení (vysílačky, interkomy) ad.

2.2.7 Přenosový vůz

„Za vlajkovou loď každé televize lze považovat přenosový vůz, což je plně vybavené studio umístěné ve voze. Z tohoto zařízení je možné odbavovat vysílání v přímém přenosu do rozvodu, např. kabelové televize, a samozřejmě i sestřihávat záznam koncertů, divadelních vystoupení, módních přehlídek nebo sportovních přenosů v reálném čase.“ (FilmPro, 2009, online [cit. 2013-02-21])

Přenosové vozy se však kvůli vysokým nákladům na pořízení i provoz nepoužívají stále, jak potvrzuje i technik z Kit Digital Jiří Šmukař: *„Vozy jsou velmi drahé a české televize je nepoužívají příliš často, jen na důležité reportáže a živé vysílání. Ve voze rovnou materiál nastřihám a pošlu do televize, řekl Jiří Šmukař, technik ze společnosti Kit Digital.“* (Kašpar, 2010, online [cit. 2013-02-21])

Použitím přenosového vozu se pro produkci vyřeší problém přepravy části techniky a také hledání vhodného prostoru pro režii. Naproti tomu je však potřeba zajistit vjezd a parkování pro vůz.

U nás vyrábí přenosové vozy na míru společnost Elvia. Vyrobila jich už řadu, mj. pro Českou televizi, TV Nova, TV Noe.

2.2.8 Streaming

Streaming je technologií distribuce audiovizuálního signálu prostřednictvím sítě internet

„Streaming je výraz z anglického jazyka a znamená v podstatě proudování. To znamená, že data, obraz, audio nebo video k vám proudí jakýmsi datovým tokem, kontinuálním, dá se to přirovnat k proudu řeky.“ (Tomaides, 2008, online, [cit. 2013-02-21])

Velkou výhodou streamingu je, že pokud chceme video zhlédnout, nemusíme ho nejprve celé stahovat a potom pouštět, ale můžeme se na ně dívat postupně, jak se nám načítá. Proto je streaming ideální a zároveň jediné řešení pro použití v přímém přenosu.



Obrázek 1 Schéma zapojení přímého internetového přenosu (zdroj <http://www.composoftware.eu>)

2.3 Složení štábu a funkce jednotlivých pozic a profesí v rámci přenosu

Pracovníky, kteří se podílí na realizaci přímého přenosu (zkráceně PP), můžeme podle jejich zaměření rozdělit do tří skupin – produkční profese, technické profese a postprodukce. Jeremy Orlebar řadí mezi produkční profese producenta, režiséra, asistenta režie, produkci (tedy vedoucího produkce a jeho asistenty) a runnera. K technickým profesím podle něj patří lidé, kteří se starají o kameru, zvuk a světlo a postprodukci potom zastupuje střihač a asistent stříhu. Dodejme, že u přímého přenosu je třeba také osoby, která zajišťuje a kontroluje stream.

2.3.1 Práce v týmu a vzájemná kooperace

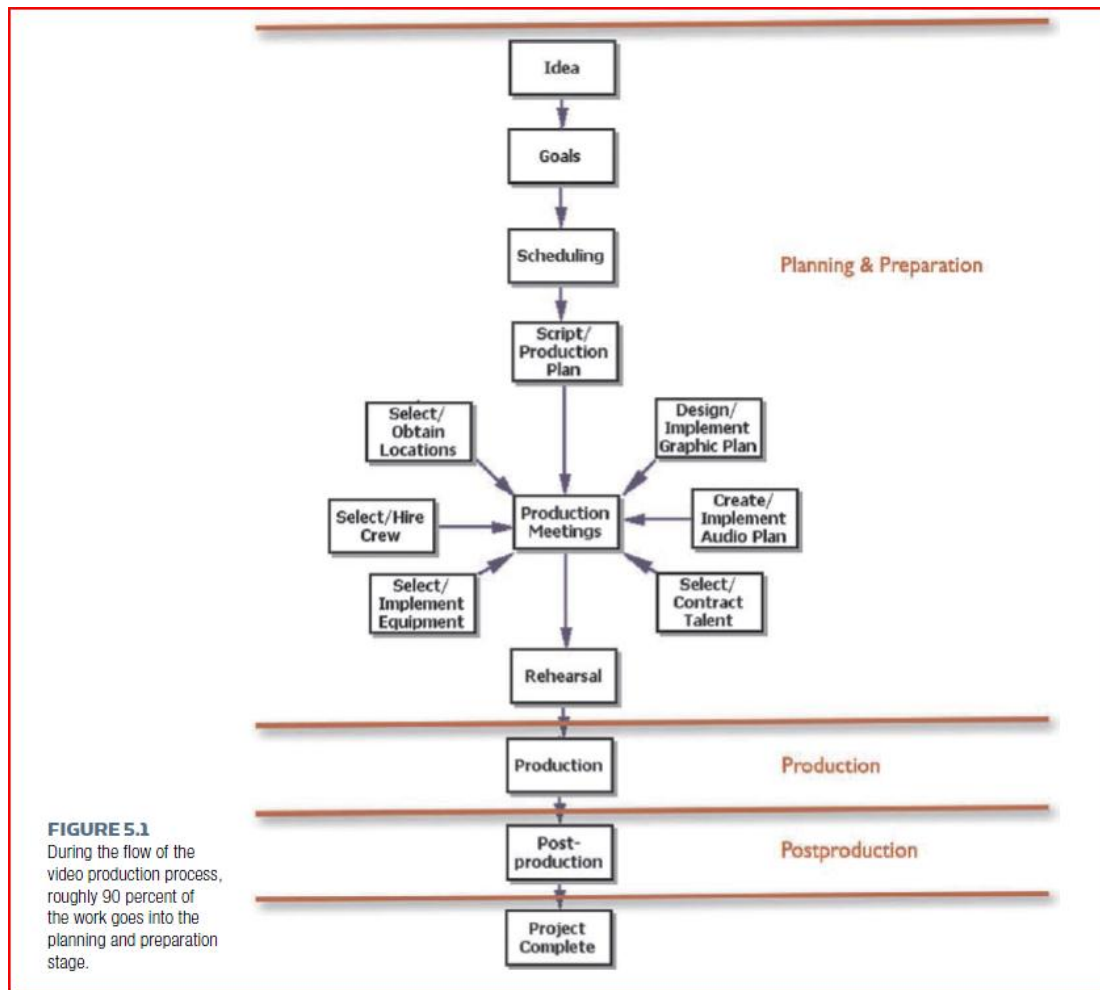
„V dobře organizovaném produkčním týmu jsou jeho členové neustále provázáni. Dobrý režisér umožní scénografovi řešit praktické problémy, kterým musí čelit. Scénograf naaranžuje scénu tak, aby vyhověl osvětlovači. Stejně tak osvětlovač musí řešit make-up s maskérem. Samozřejmě se vždy najdou jedinci, kteří se soustředí na svou práci na úkor ostatních, ale když člověk pracuje v týmu, kde každý člen oceňuje a uznává problémy i záměry ostatních, potíže se minimalizují.“ (Millerson, 2009c, str. 13)

2.3.2 Práce produkčního a produkční činnost

„Vedoucí produkce v momentě, kdy dostane přidělený výrobní úkol, musí zajistit natáčecí štáb, kamery, dopravu, domluví se s účinkujícími. Po dohodě s dramaturgem, režisérem a hlavním kameramanem, zajistí místa natáčení, dohodne honoráře, přichystá smlouvy atd. Pokud není pořad vysílán živě, tak musí zajistit a naplánovat taky postprodukci výroby – natahování natočeného materiálu, střižny, přepisy, zvukovýrobu a nakonec schvalovací projekci, na které se rozhodne, zda je pořad technicky i obsahově v pořádku.“ (Reková, 2012, online, [cit. 2013-02-21])

2.4 Časová osa přímého přenosu

Celý proces výroby audiovizuálního díla, tedy i přímého přenosu, můžeme rozdělit na tři větší úseky, kterými jsou příprava, realizace a likvidace, přičemž délka i obtížnost jednotlivých úseků záleží na mnoha okolnostech. Schéma výroby filmu sestavil Gerrald Millerson a můžeme z něho vycházet i při popisu fází přímého přenosu.



Obrázek 2 Časový plán výroby audiovizuálního díla podle Millersona

2.4.1 Příprava

„Kvalita produkce je v přímé úměře s kvalitou a objemem práce při přípravě. Každý jednotlivý element zvuku i obrazu musí být kontrolován, protože každý jednotlivý element ovlivní reakci publika“ (Millerson, 2009c, str.52)

Příprava přenosu nebo filmu začíná v okamžiku, někoho napadne, že se přenos (film) uskuteční (natočí) a začne se tímto nápadem i jeho realizací zabývat. Pak je třeba:

- Stanovit si cíle a úkoly. Do této fáze řadí Millerson také sestavení rozpočtu a určení omezení a limitů (např. kolik je na projekt vyčleněno času a peněz, u filmu točeného v exteriéru je potom třeba brát ohledy také na roční dobu, počasí apod.)
- Sestavit plán a harmonogram projektu
- Určit natáčecí plán – uplatňuje se u filmu, u přímého přenosu je čas pevně dán

- Vybrat si ze dvou možností metod natáčení – podle Millersona je možné natáčet buď neplánovaně, kdy jsou hlavními činiteli instinkt, příležitost a náhoda, nebo plánovaně, kdy jsou všechny kroky předem stanovené a pečlivě uspořádané. Při realizaci přímého přenosu je třeba se přiklonit ke druhé možnosti, protože se jedná o akci, která má své přesně vymezené místo v čase – již v rané fázi příprav se stanovuje den i hodina jeho průběhu. Samozřejmě ale i při tvorbě přímého přenosu nastanou neplánované situace, které je třeba řešit pohotově a velkou roli zde hraje právě příležitost, náhoda a intuice. V zájmu celého realizačního týmu ale je, aby k takovým situacím docházelo co nejméně.
- Produkční schůzky k:
 - Sestavení štábu
 - Výběru a zajištění lokací – u přímého přenosu se tímto zabývá strana, která zajišťuje přenášenu akci. V případě příprav přenosu jde hlavně o obhlídku těchto lokací a zajištění vhodných prostor pro umístění stříhové a zvukové režie a také o vyhrazení míst, na kterých budou stát kamery.
 - Určení a zajištění potřebné techniky
 - Výběr a sepsání smluv s účinkujícími – opět se jedná o záležitost produkce samotné akce
 - Ošetření zvukové stránky přenosu – zde je třeba, aby se mezi sebou domluvili zvukaři přenášené události a samotného přenosu – první z nich se bude starat o dodání a kvalitu zvuku pro diváky, kteří budou na místě konání (např. v případě koncertu nebo divadelního představení se jedná o lidi v hledišti), druhý potom zajišťuje kvalitní přenos auditivní složky pro diváky přenosu a bere si tak signál od prvního. V případě, že přenášená akce nemá svého zvukaře, může si přenosový zvukař brát zvuk z kamer anebo si pro snímání zvuku dodat vlastní mikrofony.
 - Vyřešení grafiky – u přímého přenosu jde hlavně o titulky moderátorů i vystupujících, loga pořadatelů a sponzorů, jingly, předěly apod.
- Ošetření logistické stránky akce – tedy nalézt odpověď na otázky
 - přístupu a zajištění příjezdové cesty k místu natáčení
 - způsobu přepravy techniky i štábu na místo natáčení (včetně zajištění přepravy pro techniku nadměrné váhy nebo velikosti)
 - cateringu, občerstvení

- případného ubytování
- pojištění
- zajištění kontakt listu, který bude obsahovat telefonní čísla na členy štábu i další důležité osoby (např. organizační štáb přenášené události, správce budovy, policie)
- Zkouška – v případě přímého přenosu generální zkouška galavečera nebo divadelního představení, případně příprava v rámci předchozích představení

2.4.2 Realizace

„Tvrdá práce ve fázi plánování a příprav by měla snížit množství problémů, které se objeví během realizace. Neznamená to, že potíže nenastanou, ale za předpokladu pečlivé přípravy by jich nemělo být tolik.“ (Millerson, 2009c, str. 52)

To, že je realizace velmi závislá na přípravě a že to platí také a především u přímého přenosu, potvrzuje i Pepe Majeský, který v roce 2012 režíroval přímé přenosy galavečerů soutěže Hlas Československa: *„Je to především velký adrenalin. Musím být dvě hodiny plně koncentrovaný. Co se stane během přenosu, už nejde vrátit. Všechno musí šlapat jako dobře naolejovaný stroj. Musí to být perfektně připravené, aby nedošlo k žádné chybě. Jsou za tím hodiny zkoušek a příprav.“* (KOMÁNKOVÁ, 2012, online [cit. 2013-02-21])

2.4.2.1 Práce režiséra během realizace

„Nyní se režisér konečně dostává do fáze projektu, kdy bude režírovat. Měl by vést celý tým tak, aby auditivní i vizuální složka zaujaly diváky. Režisér motivuje tým k tomu, aby odváděl tu nejlepší práci, a směřuje účinkující a herce k jejich nejlepšímu výkonu.“ (Millerson, 2009c, str. 67)

2.4.2.2 Práce produkčního během realizace

„Odpovědnost a povinnosti produkčního se liší podle typu natáčení. Produkční však vždycky kontroluje rozpočet a časový plán a zajišťuje to, že natáčení se řídí podle původně stanovených cílů a zadání a míří k jejich naplnění.“ (Millerson, 2009c, str. 67)

2.4.3 Likvidace

Tato fáze znamená u natáčení filmu především postprodukční činnosti, u kteréhokoliv audiovizuálního díla se potom v části likvidace řeší administrativa jako je např. vyúčtování projektu, předání díla apod., což je samozřejmě úkolem hlavně pro produkci.

„Vše, co bylo doted' natočeno, se nyní postupně složí dohromady. Mohou být opraveny chyby a přidány vizuální nebo zvukové efekty včetně hudby.“ (Millerson, 2009c, str. 69)

Zatímco u filmu předchází jeho samotnému uveřejnění právě postprodukce, střih, doplnění efektů a možná oprava chyb, přímý přenos je diváky sledován hned při fázi tvorby.

Samozřejmě i v průběhu přímého přenosu je možné zaznamenávat záběry z jednotlivých kamer nebo přímo sestříhaný výstup a mít vše tak po skončení přenosu k dispozici. Postprodukční práce se zde však uplatní pouze v případě, že budeme záznam poskytovat dalšímu publiku. Zde přichází v úvahu např. zkopírování záznamu na DVD, případně přestříhání záznamu z materiálu natočeného jednotlivými kamerami.

2.5 Přímý přenos v rámci univerzitní TV

2.5.1 Masarykova univerzita v Brně

Brněnská mmtv přenášela živě poprvé a zatím naposledy v roce 2012 z 9. ročníku brněnského Majálesu. Přímý přenos probíhal s jednou kamerou a tedy nestříhaně. Přenos byl uskutečněn přes službu Ustream, díky které potřebujete pro přímý přenos pouze webovou kameru a připojení k internetu, takže „přenášet“ lze pouze pomocí počítače, případně i mobilního telefonu. Služba Ustream vypadá velmi přístupně a je jistě užitečná pro jednotlivce či skupiny, kteří chtějí uskutečňovat přímý přenos, ale nemají k dispozici dostačující techniku. Pro přenos s více kamerami a mikrofonom je vhodnější využít technologii popisanou v kapitole 2.2 a dosáhnout tak vyšší kvality obrazu i zvuku.

2.5.2 Vysoké učení technické v Brně

V Brně probíhá streaming přednášek také na Fakultě informačních technologií VUT, a to již od ledna 2006. Zde se však nezaměřují na přenos z jiných akcí a jedná se spíš o snahu zabudovat potřebnou techniku do přednáškových učeben.

2.5.3 České vysoké učení technické v Praze

Audiovizuální centrum Silicon Hill, které je projektem ČVUT, přenáší často – asi desetkrát do roka, ať už studentské akce a večírky, dny otevřených dveří nebo přednášky. Na rozdíl od mmtv nemají na stránkách k dispozici záznamy, takže nelze posoudit kvalitu záznamu.

Na svých webových stránkách www.avc-cvut.cz se popisují takto: „*Jsme skupina studentů a absolventů ČVUT i jiných vysokých škol, kteří mají rádi kreativní práci nejen s videem a zvukem. Chceme pomáhat ostatním studentům ve škole i při tvůrčí činnosti. A přitom se něco naučit. Spolupracujeme s celým ČVUT, sdružením CESNET a dalšími soukromými i veřejnými společnostmi, ale také s významnými studentskými organizacemi. Pomáháme s přímými přenosy zajímavých akcí, pomáháme vznikat studentským filmům, šíříme zajímavé přednášky a také konference.*“ (Audiovizuální centrum studentů ČVUT [online],

[cit. 2013-04-17])

2.5.4 Univerzita Karlova v Praze

UKáčko TV podle informací dostupných na webu [UKáčko.cz](http://UKacko.cz) přímé přenosy nerealizuje.

2.5.5 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Ve zlínské univerzitní televizi Neon TV probíhají přímé přenosy několikrát ročně. Televize k přenosu používá školní techniku a stream vysílá na svých stránkách. Činnosti Neon TV především v oblasti živých přenosů se bude věnovat praktická část této práce.

Realizace studentských přímých přenosů je velkým přínosem pro tvůrce – studenty, kteří si tak mohou zkusit práci s přenosovou technikou a „osahat si“ vše, co k živému přenosu patří. Přenos z akcí je potom i dobrým propagačním prostředkem školy, především když se jedná o přenosy z akcí školou pořádané.

2.6 Komunikační mix přímého přenosu

Stejně jako ve všech oborech, i ve filmovém průmyslu je velice důležitá propagace produktů a služeb. Nejinak si stojí přímý přenos. Publicita je v tomto ohledu důležitá v několika směrech – může tvůrcům pomoci při získávání sponzorů, zvyšuje prestiž a samozřejmě přiláká diváky.

Je důležité napsat, že v otázce propagace a komunikace je přímý přenos velmi provázán s přenášenou událostí – proto je potřeba s tím počítat při výběru propagačních prostředků i strategií, při vzájemné spolupráci je potom samozřejmě možno dosáhnout nejlepších výsledků.

Zde jsou uvedeny příklady využití některých nástrojů:

2.6.1 Reklama

2.6.1.1 Video spot

Může být velmi účinný především ve formě virálního videa, které lidé mezi sebou šíří, velmi často používaná jsou krátké self promotion spoty vysílané v rámci vlastní televizní stanice.

2.6.1.2 Tisková reklama

Využit lze samozřejmě letáky a plakáty, vhodné může být umístění inzerátu např. do tištěného televizního programu.

2.6.2 Public Relations

Zde přichází v úvahu rozhovory se zajímavými účastníky přenosu, články, fotky a videa ze zákulisí apod.

2.6.3 Direct marketing

Direct mail s pozvánkou ke sledování přenosu, cílovou skupinu lze určit podle zaměření přenášené události.

3 METODOLOGIE VÝZKUMU

Výzkum bude mít dvě části a v každé z nich bude využito jiné metody.

3.1 Dotazování

První část výzkumu bude dotazníkový průzkum, který bude proveden on-line za předpokládané účasti 200 respondentů. Dotazování je metodou kvantitativního výzkumu a výstupem tak budou obecná data, která lze vyjádřit v procentech a také graficky znázornit.

3.2 Strukturované rozhovory

Druhá část výzkumu budou strukturované rozhovory s lidmi, kteří se podílejí na organizaci přímých přenosů. Bude se jednat především o osoby pracující na produkčních pozicích a cílem je získat rozhovory se 3 tvůrci studentských nebo amatérských přímých přenosů a se 3 profesionálními produkčními přímých přenosů.

Rozhovory budou nahrávány na diktafon a každý bude trvat zhruba 45 minut. Cílem je zjistit hlavní rozdíly mezi studentskými a profesionálními přímými přenosy a získat inspiraci pro možnosti zlepšení přímých přenosů pořádaných Neon TV.

Strukturovaný rozhovor je kvalitativní výzkumnou metodou a výstupem bude záznam jednotlivých rozhovorů a především výtah nejdůležitějších fakt. Aby mohlo dojít alespoň k částečné kvantifikaci a existovala možnost porovnání, bude struktura rozhovoru vždy stejná nebo alespoň podobná.

4 VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Z jakých zdrojů se současní diváci přímých přenosů realizovaných v rámci Neon TV o přenosu dozvídají?

Co je hlavním důvodem nesledování přímého přenosu?

Jaké jsou hlavní rozdíly mezi přímým přenosem, který realizují studenti, a přímým přenosem, který je realizován profesionálními tvůrci?

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 VÝZKUM

5.1 Diváci a sledovanost přímých přenosů televize NEON TV

Cílem této části výzkumu je zjistit, zda dotazovaní sledovali přímý internetový přenos galavečera Ceny Salvator 2012, který se konal 21. 3. 2013. Pokud ano, bude následovat otázka, kde se dotazovaný o přenosu dozvěděl; pokud ne, bude následující otázka, proč přenos nesledoval. V sociodemografické části průzkumu bude dotazován věk respondenta, kraj, ve kterém bydlí a také to, zda je či není studentem UTB ve Zlíně a studentem FMK UTB ve Zlíně. Celý dotazník je k nahlédnutí v sekci příloh.

Dotazník bude zadán přes internet na portálu www.vyplnto.cz. Respondenti budou osloveni e-mailem a přes sociální sítě, případně osobně.

Hlavním závěrem vyvozeným z výsledků tohoto dotazníku bude účinnost propagace přímého přenosu – u respondentů, kteří přenos sledovali, bude největší důraz kladen na zdroj informací o přenosu a u respondentů, kteří přenos nesledovali, bude zjištěno, v jaké míře k tomu došlo z důvodu jejich neinformovanosti.

5.2 Rozdíl mezi produkcí přímého přenosu v komerční televizi a studentské televizi

Lze vycházet především z předpokladu, že rozdíl nastává v těchto oblastech:

1. Lidé – v komerční televizi pracují profesionálové, ve studentské televizi studenti, kteří mnohdy nemají s prací na přímém přenosu žádné zkušenosti
2. Čas – v komerční televizi lidé zabývající se přímým přenosem neřeší jiné věci, ve studentské televizi pracují studenti, kteří musí zvládat zároveň i školu
3. Peníze – komerční televize dostane na přenos rozpočet, může zaplatit pracovníky i techniku, studentská televize má rozpočet velmi omezený, když vůbec nějaký
4. Technika – komerční televize má k dispozici nejmodernější techniku, studentská televize kvůli nedostatku financí nemůže následovat trendy v technice

A otázky se tedy zaměří na:

1. Štáb – kolik lidí se na přímém přenosu podílí? Jaké mají zkušenosti? Dělají při přípravě přímého přenosu ještě jinou práci? Jaké mají zkušenosti?
2. Harmonogram, čas – jak dlouho předem o přímém přenosu víte? Jak dlouho předem ho začínáte připravovat? Kolik času se průměrně PP věnuje? Máte dost času?

3. Rozpočet – Kdo financuje přímý přenos? Jaký je průměrný rozpočet jednoho přímého přenosu?
4. Technika – máte k dispozici svoji techniku, nebo si ji půjčujete? Odkud? Máte dostatečné vybavení?
5. Technologie – jakou technologii k přímému přenosu používáte? Jak jste s ní spokojeni?

Výsledkem této fáze výzkumu bude srovnání profesionálního a studentského prostředí v oblasti produkce přímých přenosů, především potom podmínek pro tvorbu přenosů.

V projektové části potom bude uvedeno, které postupy z profesionálního televizního prostředí by se daly aplikovat u studentských natáčení, především pak v rámci živých přenosů v Neon TV.

6 VÝSLEDKY VÝZKUMU

6.1 První část – kvalitativní výzkum

Metodou této části výzkumu byl strukturovaný rozhovor, který byl proveden celkem se šesti respondenty. 3 profesionální produkční, 2 studenti a 1 člověk, který se produkčně podílel na studentském přenosu a nyní pracuje s týmem profesionálů. Rozhovory byly pořizovány v časovém rozmezí 22. 3. 2013 – 14. 4. 2013 buď osobně nebo přes Skype. Všechny byly zaznamenávány na diktafon a trvaly každý asi 40 minut. Z důvodu diskretnosti jsou respondenti označeni čísly 1-6.

6.1.1 Respondent č. 1

Člověk, který poskytoval rozhovor jako první, se produkčně účastnil studentských přenosů pořádaných v rámci UTB ve Zlíně a nyní pracuje jako hlavní produkce přímých přenosů pro televizi Hasici150.

Říká, že lidé nemusí mít mnoho zkušeností, ale je třeba, aby bylo vše dobře naplánováno, a aby se všichni lidé ze štábu zúčastnili generální zkoušky.

Úplný štáb pro realizaci přenosu by měl mít 15 lidí, patří sem mistr zvuku, režisér, hlavní střihač, kameraman, produkční, technik streamu a jejich asistenti. Počet pracovníků ale samozřejmě závisí na velikosti přenosu a počtu asistentů kamery.

Jako hlavní problém studentských přenosů vidí nedostatek času, za kterým stojí nedostatek peněz, se kterým se studentské projekty potýkají. Kvůli tomu do krajních termínů zasahuje stavba scény i generální zkouška.

U přenosů pro televizi Hasici150 je zase hlavním problémem nepochopení ze strany objednavatele přenosu. Zde se často stává, že zadavatel nemá ani základní povědomí o průběhu a zajištění přenosu, takže se mu zdá velice vysoká cena a také často nechápe, že mnoho věcí jako např. projekci je třeba připravit a zajistit předem a nejde ji přidávat až na místě.

Myslí si, že internetové přenosy nejsou tolik sledované a především nejsou oproti televizním přenosům brány dost „vážně“.

Za největší výhody internetového přenosu považuje tento respondent snadnost odbavení a také dostupnost statistik – na internetu se sledovanost měří mnohem lépe než v televizi.

6.1.2 Respondent č. 2

První a zatím jediná zkušenost s produkcí přímého přenosu byl pro tohoto respondenta galavečer Ceny Salvator 2012, který se konal 20. 3. 2013. Při popisu průběhu příprav se dostává nejprve k personálnímu zajištění. Štáb zahrnoval 15 lidí – režisér + asistent, 3 zvukaři, 5 kameramanů (hlavní kameraman + 4 asistenti), 2 střihači, 2 technici streamu a produkční, všichni studenti ateliéru audiovize. Hlavní pozice byly obsazeny zkušenějšími studenty, kteří se již na přenosu podíleli, nebo jsou už alespoň ve druhém ročníku studia. Všechna technika byla zajištěna z fondů FMK UTB ve Zlíně, externě se půjčoval pouze kamerový jeřáb. Datum konání přenosu bylo známo v prosinci 2012, 3 měsíce před přenosem. Poté bylo třeba oslovit lidi, kteří se na přenosu budou podílet a zajistit, aby si předmět TV studio zapsali i v letním semestru, který začínal až v únoru 2012. Pro hladký průběh přenosu se přípravám stačí intenzivně věnovat 14 dní před přenosem a především – zde se dotazovaný shoduje s respondentem č. 1 – zajistit, aby se všechny osoby ve štábu účastnily generální zkoušky.

Na otázku, co by se dalo na přímém přenosu zlepšit, tento respondent odpověděl, že byl s přípravou, realizací i likvidací celkově spokojen, ale pro příště by se hodilo více času na přípravy a zkušenější štáb. Zároveň dodává, že zkušenosti nabyli členové štábu již při tomto přímém přenosu, takže budou-li příští přenosy realizovat totožní pracovníci, posune se kvalita o další příčku výš.

6.1.3 Respondent č. 3

Třetí respondent je členem Audiovizuálního centra ČVUT v Praze, které realizuje především přenosy konferencí, přednášek a setkání, ale pravidelně přenáší také pražskou část Febio festu nebo studentský festival S.H.O.W. Hlavním důvodem, proč přenosy dělají, je zprostředkovat přenášenou akci lidem, kteří se jí nemohou osobně zúčastnit.

Jeden přenos je realizován cca 5 lidmi, přičemž střih a zvuk zajišťuje jedna osoba, další zajišťuje organizaci a ostatní obsluhují kamery. Vždy je tam minimálně jeden člověk, který již má zkušenosti s realizací přímého přenosu. Audiovizuální vzdělání nemá ani jeden z pracovníků AV centra, zkušenosti získávají na přenosech nebo na workshopech s odborníky, které si sami organizují. Lidské zdroje AV centra ČVUT v současné době činí asi 15 lidí.

O přenosu se často dozvídají dlouho předem, protože se mnohdy jedná o pravidelně pořádané akce, samotné přípravy potom začínají asi týden před přenosem. Dlouhodobější přípravy nejsou třeba, protože přenosy probíhají v prostorách, které už jsou členům štábu známé.

Za práci na přenosu členové štábu nedostávají žádnou hmotnou odměnu, největším přínosem jsou pro ně nabyté zkušenosti. Ve spolupráci s firmou CESNET pořádají i placené přenosy, ale zaplacenou částku obdrží celé centrum, ne jednotliví lidé.

Techniku mají k dispozici svoji, nebo si ji půjčují od spřátelených organizací.

Audiovizuální výstup přenosu je v nižší kvalitě než SD.

K přenosu používají nejčastěji Flash Media Live Encoder od společnosti Adobe a výsledný signál posílají na komerční server. Občas využívají technologii Windows Media Server, kterou poskytuje společnost CESNET. V budoucnu mají v plánu pořídit si vlastní streamovací FFserver.

6.1.4 Respondent č. 4

Tento respondent je profesionální producent a produkční české televizní stanice. Má zkušenosti z mnoha přímých přenosů, ale při rozhovoru poskytl informace především o posledním realizovaném, který proběhl na začátku března 2013. Při popisu přípravy, realizace i likvidace přímého přenosu dotazovaný do detailu popisuje všechny uskutečňované kroky. I podle toho lze usuzovat, že se jedná o velmi zkušeného člověka, který ví, o čem mluví.

Díky tomu, že respondent pracuje jako vedoucí produkce přímých přenosů periodicky se opakujících akcí, ví termín konání přenosu až 10 měsíců dopředu a to mu dává mnoho času na přípravu. Asi měsíc před přenosem se potom uskutečňuje obhlídka místa, na kterém bude přenos probíhat. Tam si hlavní kameraman určí rozestavení kamer, zajistí se požadovaná parkovací místa pro přenosový vůz a dochází také k odhadu délky a objemu kabeláže. Dva dny před přenosem probíhá samotná příprava, první den se zpravidla věnuje instalaci zařízení a druhý den zkouškám, odpoledne potom generální zkoušce. Při generální zkoušce se zjišťuje také celková stopáž, jakou bude přímý přenos mít. Tento údaj je zcela klíčový pro televizní vysílání.

Štáb přímého přenosu čítá asi 70 lidí, z nichž někteří jsou pracovníky televize, ale většina je najímána externě. Dotazovaný produkční říká, že v České republice se pohybuje několik skupin lidí, kteří se nechávají najímat jako štáb přímého přenosu a při bližším zkoumání

české scény přímých televizních přenosů lze narážet na tytéž osoby. Dodává, že například střihačů přímých přenosů je v České republice pouze několik a obecně jich je u nás nedostatek.

Dotazovaný během rozhovoru velice vhodně uvádí, že přestože je přímý přenos časově náročný pro všechny zúčastněné, stále je nutné jednat se členy štábu jako se zaměstnanci a dodržovat pravidla daná zákoníkem práce, jako je například pauza na oběd, maximální hodinová pracovní doba atd.

6.1.5 Respondent č. 5

Dalším dotazovaným byl technický ředitel hudební televize. Tento člověk hovořil o přímém přenosu předávání hudebních cen, který se uskutečnil již v roce 2012. Na přímém přenosu z pražské Incheba arény spolupracovaly 3 hlavní složky – televize, která vytvářela program večera a zajišťovala účinkující, dále technici, kteří stavěli stage, starali se o světla a zvuk v sále a také tým profesionálů, kteří zajišťovali přímý přenos.

Jednalo se prozatím o poslední velký přímý přenos, který televize pořádala, protože se jedná o finančně i časově velice náročnou záležitost. Podle technického ředitele se mnohem více osvědčil model předávání hudebních cen, který realizovali v roce 2013. Tento způsob počítá s vysokým zapojením diváků a má několik fází – nominaci, hlasování a předávání cen. Technický ředitel sdělil, že o úspěchu této akce svědčí i celkový počet zaslaných hlasů, který několikanásobně předčil dřívější ročníky.

6.1.6 Respondent č. 6

Poslední respondent je profesionální produkční a producent, který má bohaté zkušenosti s výrobou zábavních pořadů „na klíč“ a v současné době pracuje na dlouhodobém projektu, který zahrnuje také sérii přímých přenosů. Dotazovaný je hlavní produkcí celého projektu a zajišťuje hladký průběh všech událostí včetně přímého přenosu. Velkou předností tohoto řešení je, že přímé přenosy probíhají v ateliéru, který je po celou dobu konání vyhrazen pouze pro tento projekt. Technika se tak na místo dopraví při přípravě prvního přímého přenosu a může na místě zůstat až do likvidace posledního přenosu ze série. Štáb pro přenos je zajišťován z externích zdrojů, ale jedná se o lidi, kteří se s produkčním i mezi sebou dobře znají a jsou zvyklí spolupracovat v rámci jednoho štábu. Produkční toto považuje za velkou výhodu, protože zkušené lidi už sami vědí, co je třeba zařídit a co mají dělat, stejně jako dokáží mnoho věcí odhadnout dopředu a předejít tak komplikacím. Pro přenosy je

externě zajišťována také část technického vybavení, kde nejnákladnější položky tvoří světla. Z vlastních zdrojů je zajištěn přenosový vůz. Zkoušky na jednotlivé přenosy probíhají vždy dva dny předem – první den je vyhrazen pro zvukovou zkoušku a druhý den před večerním přenosem se potom připravují kamery a světla a probíhá generální zkouška. Celkově obsahuje štáb asi 120 lidí, proto je důležité, aby mezi nimi probíhala dostatečná komunikace a každý z nich věděl, kde je jeho místo a co je jeho práce.

6.1.7 Zjištění

6.1.7.1 Profesionální produkční

Profesionální přímé přenosy jsou u nás vysílány v televizi, což jim zajišťuje vysokou sledovanost a prestiž, ale zároveň také znamená vyšší tlak na produkci a celý štáb přenosu. Pro realizaci televizního přenosu musí být vše precizně naplánováno a nesmí se vyskytovat chyby nebo poruchy. Pokud přece jen k nějaké kolizi dojde, hlavní je, aby divák u televizní obrazovky nic nepoznal.

6.1.7.2 Produkční studenti

Studentské a amatérské přenosy se vysílají přes internetové rozhraní. Počet lidí ve štábu je od dvou do patnácti a záleží na charakteru pořádané akce. V tomto ohledu lze porovnat přenosy pořádané AV centrem ČVUT, kde je hlavním úkolem zprostředkovat přenos zvuku a obrazu k lidem, kteří se nemohou přenášené akce zúčastnit osobně, a přenosy pořádané Neon TV na UTB ve Zlíně, kde se organizace i technické vybavení více přibližuje profesionálním přenosům (početnější štáb, zapojení více kamer i extra techniky jako je např. kamerový jeřáb)

Největší rozdíly mezi profesionálním a amatérským přímým přenosem jsou především ve štábu. Na profesionálních přenosech se podílejí desítky lidí, kteří mají adekvátní vzdělání i zkušenosti. Jedná se o ryzí profesionály, kteří se v branži pohybují několik let a mají tak mnoho znalostí i dovedností. Rozdíl je také v tom, že u profesionálních realizátorů přímých přenosů je nutné dodržovat pravidla daná zákoníkem práce, což se u studentů – přestože zařazení přestávek je samozřejmě nutné – tak striktně dodržovat nemusí.

6.2 Druhá část – kvantitativní výzkum

Dotazníkový výzkum probíhal v termínu 3. - 10. 4. 2013 na internetových stránkách www.vyplnto.cz. Datum začátku konání výzkumu bylo závislé právě na přímém přenosu, který byl předmětem dotazování – galavečer Ceny Salvator 2012 totiž probíhal až 20. 3. 2013.

6.2.1 Kdo byli respondenti a kolik jich bylo

Variabilitu respondentů určovalo již veřejné zadání dotazníků. Účast v průzkumu tak byla otevřená komukoliv a nebyla možnost to nějak ovlivnit. Výzkumu se celkově zúčastnilo 194 respondentů z celé České republiky, nejmladší respondenti byli ve věkové kategorii 0-25 let, nejstarším bylo více než 60 let.

6.2.2 Na jaké odpovídali otázky a proč

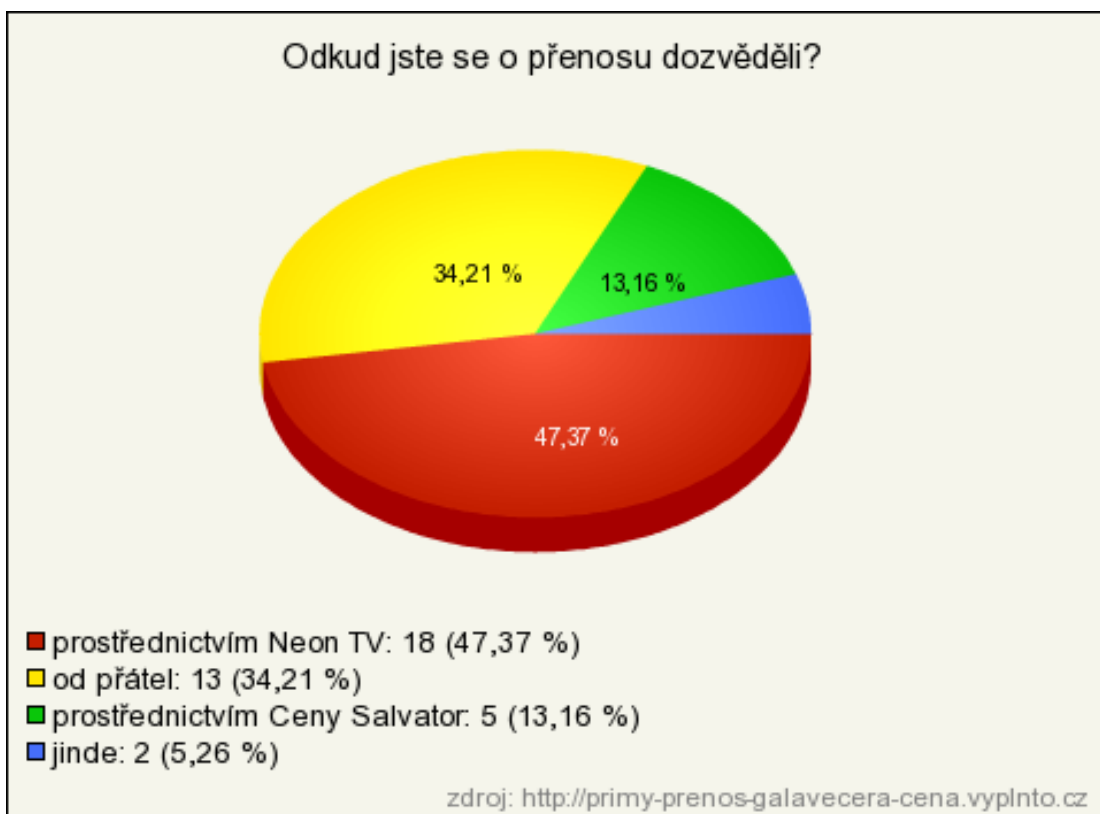
Dotazník měl celkově 11 otázek, které se různě větvily podle toho, zda dotazovaný přenos sledoval. 6 otázek bylo demografických, ale ani ty nemusel respondent vyplnit všechny.

6.2.2.1 *Otázka č. 1 - Sledovali jste internetový přímý přenos galavečera Cena Salvator (20. 3. 2013 na www.neontv.cz)?*

U této otázky 157 lidí (tedy 80% všech dotazovaných) odpovědělo „ne“, zbylých 37 „ano“. Přestože dotazník probíhal celorepublikově, nelze výsledky generalizovat, protože jsou zkresleny vysokou účastí studentů UTB ve Zlíně, kteří byli o přenosu lépe informováni.

6.2.2.2 Otázka č. 2 - Odkud jste se o přenosu dozvěděli?

K této otázce se respondent dostal, pokud na otázku číslo 1 odpověděl kladně. Výsledky ukazují, že z 47% lidí, téměř polovina, tedy 18 z nich, se dozvěděla o přenosu díky Neon TV. Druhým nejpočetnějším zdrojem informací jsou přátelé (13 respondentů), 5 lidí se o přenosu dozvěděla díky projektu Cena Salvator a 2 odpovídající našli informace jinde.

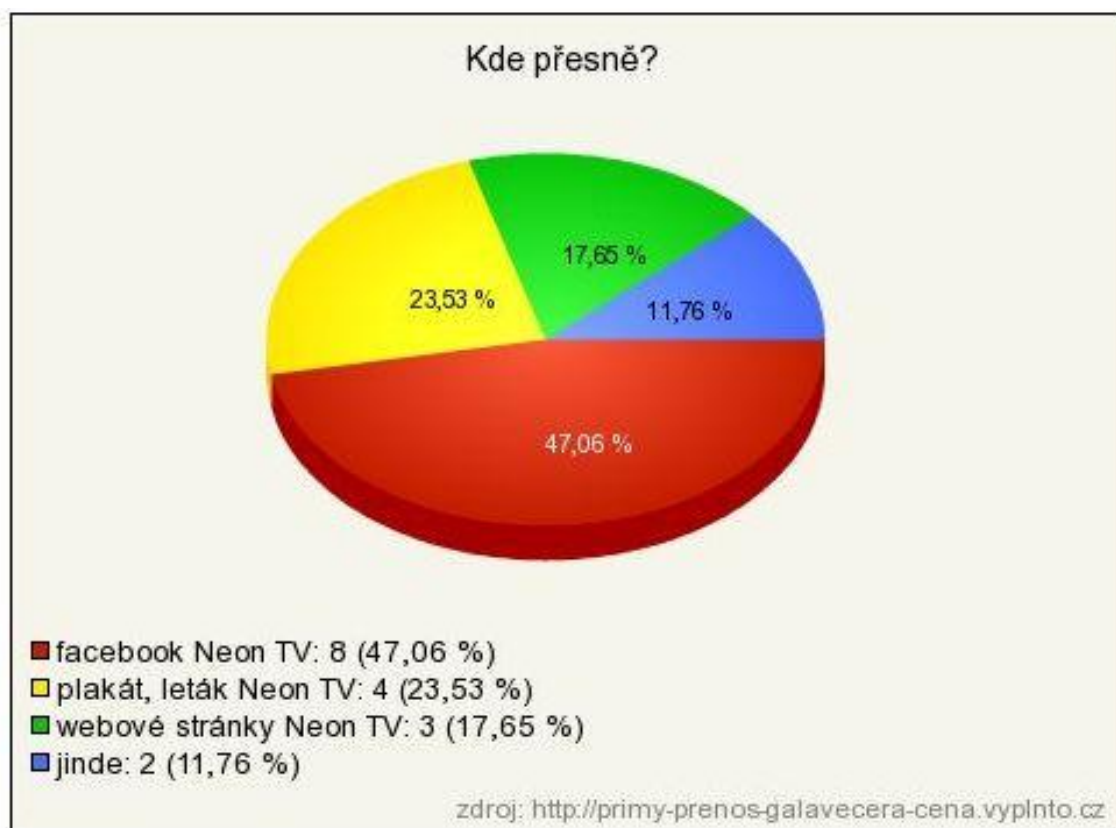


Graf 1 Zdroj informací o konání přímého přenosu galavečera Ceny Salvator 2012

6.2.2.3 Otázka č. 3 a č. 4 (upřesňující k otázce č.2) – Kde přesně?

Tato otázka měla za cíl zjistit přesný zdroj informací u respondentů, kteří uvedli u otázky č.2 jako odpověď „prostřednictvím Neon TV“ nebo „prostřednictvím Ceny Salvator“. Z 18 lidí, kteří přenos sledovali díky informacím Neon TV, se o něm 9 z nich dozvědělo díky informacím na sociální síti Facebook, 4 díky tiskové reklamě (plakátu nebo letáku), 3 měli informace přímo z webových stránek Neon TV. 2 respondenti zvolili odpověď „jinde“ a mohli tak mít na mysli např. informace ze systému TVIS.

U respondentů, kteří přenos sledovali díky informacím Ceny Salvator, byla situace následující – 2 se o přenosu dozvěděli na Facebooku Ceny Salvator, 1 měl informace z tiskové reklamy a 2 z jiných zdrojů.



Graf 2 Přesný zdroj informací o konání přímého přenosu galavečera Ceny Salvator 2012 při udání zdroje „Neon TV“

6.2.2.4 Otázka č. 5 – Proč jste přenos nesledovali?

Tato otázka následovala po odpovědi „ne“ na otázku č.1. Výsledky odpovědí na tuto otázku ukazuje přiložený graf. Vidíme, že hlavním důvodem nesledování byla neinformovanost respondentů, hned v závěsu je jejich nezájem o dané téma.



Graf 3 Důvod nesledování přímého přenosu galavečera Ceny Salvator 2012

6.2.2.5 Otázka č. 6 – otázka č. 11 – demografické otázky

V této fázi se respondent dostal do fáze vyplňování demografických údajů. Otázky se týkaly pohlaví, věku a bydliště dotazovaného. Dále byla položena otázka, je-li respondent studentem. Pokud nebyl, dotazník pro něj končil, pokud ano, pokračoval k otázce „Jste student UTB ve Zlíně?“ a pokud i zde zněla odpověď kladně, pokračoval k otázce „Jste student FMK UTB ve Zlíně?“ Tyto otázky byly pokládány, aby bylo později možno srovnat, jaká je informovanost a sledovanost u studentů UTB ve Zlíně a zvláště potom u studentů FMK UTB ve Zlíně. Předpokladem je vysoká informovanost i sledovanost, protože realizační týmy přímého přenosu i Ceny Salvator jsou složeny výhradně ze studentů FMK UTB ve Zlíně. Na této fakultě navíc panují velmi přátelské vztahy, což je způsobeno především malým počtem studentů (1177 k roku 2013, zdroj www.utb.cz)

Průzkumu se zúčastnilo 113 studentů, z toho 62 studentů UTB ve Zlíně a z toho 57 FMK UTB ve Zlíně.

6.2.3 Zjištění

6.2.3.1 Úspěšnost propagace

Téměř polovina respondentů, kteří přímý odpověděli, že přenos sledovali, se o něm dozvěděla díky propagaci vytvořenou Neon TV, což znamená, že tato propagace dopadla na úrodnou půdu a byla úspěšná.

Bližší zaměření na propagaci Neon TV ukazuje, že nejúspěšnější byla propagace na Facebooku následovaná plakáty a webem.

13 diváků získalo informace o konání přímého přenosu od svých přátel, přičemž však pouze 4 z této skupiny dotazovaných byli studenti UTB ve Zlíně a pouze 3 potom studenti FMK UTB ve Zlíně, kteří zároveň uvedli Zlínský kraj jako místo bydliště. Ostatních 10 respondentů z této skupiny uvedli jako místo svého nejčastějšího pobytu Středočeský kraj nebo kraj Vysočina nebo Prahu, takže zde se lze pouze domnívat, že jim zprávu o přenosu předali jejich přátelé žijící ve Zlíně.

Celkově studenti UTB, kteří přenos sledovali, se o něm dozvěděli na Facebooku (50%), od přátel (25%), nebo díky letákům (12,5%), nebo jinde (12,5%).

6.2.3.2 *Důvod nesledování přímého přenosu*

Tuto problematiku zcela objasňují odpovědi na otázku číslo 5. Z výsledků vyplývá, že nejčastějším důvodem nesledování byla neinformovanost a druhým nejčastějším důvodem nezáměr o dané téma. Část respondentů, které vyhlášení cen nezajímalo, propagací ovlivnit nelze, u těch neinformovaných je však situace jiná. Bližší analýza této skupiny respondentů nabízí data o jejich bydlišti, které je pouze u desetiny z nich Zlínský kraj. Ostatní respondenti uvedli různé kraje celé České republiky.

Vzhledem k tomu, že respondenti, kteří přímý přenos nesledovali kvůli tomu, že o něm nevěděli, je téměř třetina všech dotazovaných (přesně 31,44%), stojí minimálně za úvahu možnosti oslovení těchto respondentů. Jak již bylo uvedeno, geograficky jsou rozmístěni po celé České republice. Věkově tyto respondenti spadají do skupiny 0-60 let a 90% z nich je méně než 40 let. Z toho všeho vyplývá, že nejúčinnější by bylo tyto lidi zasáhnout pomocí internetu, který je v této situaci ideálním řešením z několika důvodů - lidé do 40 let internet běžně užívají; internet je geograficky neomezen a může tedy zasáhnout recipienty po celé České republice, nebo dokonce i mimo ni; propagace na internetu není příliš nákladná, v rámci sociálních sítí nebo barterové spolupráce jde dělat prakticky zdarma.

Z 62 dotázaných studentů UTB přenos sledovalo pouze 13 lidí, důvodem nesledování u zbývajících 39 však byla hlavně účast na galavečeru živě přímo na místě konání.

7 UNIVERZITNÍ TELEVIZE NEON TV

Neon TV je univerzitní televize Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a funguje v rámci televizního studia. O vzniku a vývoji televizního studia na UTB ve Zlíně hovoří Tomáš Šula ve své diplomové práci z roku 2009: „*Formování začalo v druhé polovině zimního semestru akademického roku 2004/2005 na základě získaného grantu Mgr. Štěpána Prachaře, řešitele grantu Dovybavení audiovizuální laboratoře u FRVŠ, tematického okruhu „A“, specifikace „a“. Projekt televizního studia byl zřízen za účelem zvyšování znalostí a dovedností studentů univerzity, primárně však studentů FMK. Znalosti a zkušenosti nabyté v průběhu působení studenta v projektu mu dávají podstatné konkurenční výhody v praxi oproti studentům jiných vysokých škol, které mají stejné nebo podobné zaměření. Projekt je unikátem v prostředí české i slovenské akademické půdy a do dnešní doby na akademické půdě ČR a SR neexistuje natolik specifická skupina, která by mohla být s tímto projektem srovnávána.*“ (Šula, 2009)

Dnes funguje Neon TV v prostorách moderně vybaveného televizního studia, které se nachází v univerzitní budově U44 na adrese Štefánikova 2431 ve Zlíně. Televize je také velice zásadní pro předmět Televizní studio, který je nabízen jako volitelný předmět studentům bakalářského stupně všech oborů Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Studenti totiž tvoří obsah této televize a dávají jí tvar i formu. Dá se říci, že bez předmětu Televizní studio by neexistoval Neon TV a naopak.

Neon TV funguje na internetové stránce www.neontv.cz, kam se umísťují články, fotogalerie, videa aj. Veškerý obsah si televize tvoří sama.

7.1 Lidské zdroje – studenti

Jak již bylo naznačeno výše, personální obsazení Neon TV je z většiny vytvořeno studenty FMK UTB ve Zlíně. Lektorem a garantem předmětu je vyškolený pedagog, v současné době Mgr. Tomáš Šula. V televizi působí také Mgr. Jan Čada, který zde zastává funkci senior manažera a konzultuje se studenty složité situace.

Nábor studentů do Neon TV je vyřešen klasickým univerzitním zápisem předmětů, který probíhá na stránkách portal.utb.cz. Zde si studenti FMK mohou zapsat Televizní studio jako volitelný předmět a stávají se tak vlastně členy týmu tvůrců televize. Kapacita předmětu je 60 lidí. Předmět má klasický rozvrh, který obsahuje jednu vyučovací hodinu týdně formou povinného cvičení.

Na začátku každého semestru se lektori sejdou se zapsaným i studenty a rozdělí jim jejich funkce. Velký důraz je přitom kladen na studovaný obor a přání a zájmy u každého z nich. Je třeba přihlídnout také ke složení celé skupiny, protože to se liší každý semestr – jde především o poměr studentů oboru marketingové komunikace a studentů audiovizuálních oborů; z těchto dvou skupin bývá zástupců nejvíce.

Studenty je třeba rozdělit tak, aby byly v pořádku plněny osnovy předmětu i stránky www.neontv.cz. Proto je třeba určit

- manažera, který bude dohlížet na všechny sekce a zajišťovat hladký průběh plnění jejich povinností. Tuto pozici musí zastávat člověk, který má již s chodem TV studia určité zkušenosti a dokáže si u studentů, kteří jsou jeho vrstevníci, sjednat autoritu a kázeň;
- redakci, která bude vytvářet články a publikovat je na webu – zde většinou najdou uplatnění studenti marketingových komunikací;
- tým propagace, který se bude starat o komunikaci televize, vytvářet propagační kampaně a eventy – sem se opět nejvíce hodí studenti marketingových komunikací, ale také lidé z oborů grafický design a reklamní fotografie;
- fotografy, kteří budou spolupracovat s redakcí a vytvářet fotoreportáže – zde nacházejí místo nejvíce studenti oboru reklamní fotografie;
- reportážní týmy – tady je třeba vytvořit týmy podle kalendářních týdnů tak, aby se jejich počet rovnal. V jednom týmu je zpravidla 4-6 studentů, z nichž by alespoň jeden měl být studentem audiovize, ostatní potom bývají studenti oboru marketingové komunikace. Každý tým si potom určí týden, ve kterém bude natáčet reportáže o aktuálním dění a na konci tohoto týdne vytvoří souhrnné zpravodajství. V praxi to vypadá tak, že každý týden pracuje jiná skupina studentů, která může využívat techniku i prostory televizního studia pro tvorbu video obsahu na web. Každá reportáž je vkládána na youtube kanál Neon TV a současně na webové stránky www.neontv.cz. Velký důraz je kvůli zachování aktuálnosti kladen samozřejmě na rychlost zpracování, ale dbá se i na kvalitu, formu a dodržení rozsahu. Na konci každého týdne se potom reportážní tým schází s lektorem a manažerem, společně zhlédnou vytvořené reportáže i zpravodajství a zhodnotí je podle výše uvedených kritérií. Na základě toho jsou na konci semestru studentům udělovány kredity;

- Je možné vytvořit i další pozice jako např. technik, který se bude starat o hardwarové vybavení TV studia, nebo vedoucí reportážních týmů, který bude dbát na dodržování pravidel při tvorbě audiovizuálního obsahu.

Při určování funkcí je třeba přistupovat ke studentům individuálně, protože někteří si chtějí zkusit i práci, která jejich studijnímu oboru vůbec neodpovídá. Právě z toho důvodu ale Televizní studio na fakultě existuje a tak je zcela samozřejmá snaha vyjít studentům vstříc a snažit se je zapojit tak, jak si představují.

Několikrát se do chodu televizního studia zapojili také studenti z jiných fakult, ale v rámci univerzity se ještě nepodařilo dojednat možnost udělovat těmto studentům kredity za odvedenou práci.

Největší nevýhoda personálního zajištění univerzitní televize Neon TV vyplývá z podstaty jejího semknutí s volitelným předmětem TV studio. Studenti si musí zapsat tento předmět, aby se mohli stát pracovníky univerzitní televize, a proto zde dochází k vysoké fluktuaci. Naštěstí však existuje mnoho studentů, kteří si předmět Televizní studio vybírají opakovaně a tvoří tak alespoň po dobu svého působení na UTB ve Zlíně stálou složku zkušených pracovníků.

7.1.1 Personální zajištění přímého přenosu

Při sestavování štábu pro tvorbu přímého přenosu nastává výjimečná situace. Protože všichni studenti zapsaní do předmětu mají v rámci semestru své přidělené úkoly, stává se účast na přenosu jakousi „prací navíc“, díky čemuž by se mohlo sestavení štábu na přímý přenos jevit jako obtížné. Proti tomu hovoří dva faktory:

- Přímých přenosů se za semestr pořádá malý počet, zpravidla 1 až 2
- Pravděpodobně i díky této jedinečnosti se studenti do tvorby přímého přenosu zapojují zpravidla rádi a ujímají se pozic s cílem naučit se něco nového, ale zároveň se zodpovědností a zapálením.

U přímého přenosu bohužel nelze brát ohledy pouze na přání studentů a obsazení je třeba vybírat podle studovaného oboru u každého studenta. Tento faktor se stává klíčovým především u hlavních pozic – režie, stříh, zvuk a kamera.

Výše uvedené pozice se zpravidla určují jako první. Lidé, kteří jsou na tyto pozice zvoleni, si potom asistenční pracovníky vybírají z řad studentů předmětu Televizní studio většinou sami. Je to tak nejlepší, protože studenti se mezi sebou navzájem znají, tím spíš v rámci

jednoho oboru, a vědí, co od sebe mohou čekat. Mnohdy jsou schopni díky předešlým cvičením a projektům odhadnout také aspekty vzájemné spolupráce.

Na UTB ve Zlíně neexistuje v rámci studijních plánů předmět, který by se věnoval výuce přímého přenosu, ať už v oblasti produkce, režie, zvuku, střihu nebo kamery. Je tedy důležité, aby lidé podílející se na přímém přenosu měli co nejvíce schopností a zkušeností alespoň z tvorby filmů nebo jiných audiovizuálních děl.

7.2 Materiální zdroje

Pro realizaci přímého přenosu je využívána školní technika. Ze zdrojů TV studia je zajištěno vybavení zvukové a obrazové režie a kabely k propojení, z ateliéru audiovize se potom zapůjčují především kamery, mikrofony a elektrické kabely.

V březnu 2012 při přímém přenosu galavečera Ceny Salvator byla technika zajištěna následovně:

TV studio:

Zvukový mixážní pult

Střihačský pult – hlavní

Střihačský pult – vedlejší (na titulky a jingly)

3x monitor

2x kamera Sony XD

DV rekordér

Enkodér

6x vysílačka

Sluchátka

Sada interkomů

Ateliér audiovize:

4x kamera Sony Z1

2x širokoúhlý objektiv

Kamerová jízda

Zvukařský set

Stativy na kamery i světla

Světla (2x 2kW a 3x 1kW)

7.2.1 Externí zajištění techniky

FMK UTB ve Zlíně (resp. televizní studio a ateliér audiovize) disponuje veškerou technikou potřebnou k realizaci přímého přenosu. K zatraktivnění se však často používá i technika, kterou je třeba zajistit externě. Jedná se především o kamerový jeřáb a steadicam. Pokud proběhne domluva mezi produkcí přenosu a organizátory přenášené akce, lze tato zařízení zajistit včetně odborných pracovníků, kteří je budou obsluhovat. Domluva je nutná především proto, že tato extra technika znamená zvýšení celkových nákladů na přenos.

7.3 Finanční zdroje

Neon TV je financována ze zdrojů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Celkové ustavení televize však nabízí možnost získání dalších finančních zdrojů, například pronájmem natáčecího studia s green screenem, využití techniky k natáčení komerčních projektů (např. záznam Talent Designu 2011 a 2012). Finance tak získává nejen škola, ale také studenti, kteří se na komerčních projektech podílejí. Účast na finančně ohodnocené akci se stává vhodným motivačním prostředkem, kdy pouze nejšikovnější a nejsvědomitější pracovníci TV studia mohou být doporučení a nominováni na placené natáčení.

O finance TV Neon se stará tajemník, který zdroje spravuje, skladuje účtenky a komunikuje s účetním oddělením univerzity.

7.4 Ostatní zajištění

Neméně důležité je zajištění dopravy techniky na místo konání přenosu a zpět a také celková komunikace v rámci štábu i s organizátorem přenášené události.

7.4.1 Přeprava

Velkou výhodou konání přímých přenosů v rámci TV Neon je, že přenášené akce se většinou konají nedaleko budovy fakulty, kde je uložena technika. Není tak třeba zajišťovat automobil a veškerá technika se přepravuje na ručním vozíku nebo přenáší v ruce. Toto se týká především akcí pořádaných v budově U13 (rektorát a knihovna) nebo ve zlínském kongresovém centru. Pokud je místo konání jinde (např. v Městském divadle Zlín nebo

v budově U2), používá se k přepravě techniky školní automobil, který zajišťuje pořadatel přenášené akce.

7.4.2 Komunikace, organizace

Koordinace a komunikace je jedním z hlavních úkolů sekce produkce přenosu. Hlavní produkční je zodpovědný za to, aby všichni věděli, co mají dělat, kde mají kdy být a také za to, aby to všichni skutečně dodrželi a měli k tomu potřebné informace. K předávání informací a organizaci se používá běžně dostupných a využívaných komunikačních kanálů (telefon, e-mail, osobní setkání), v den realizace, když se celý štáb již pohybuje na místě konání přenosu a vzdálenosti mezi jednotlivými členy nejsou velké, využívá se také vysílaček.

7.5 Spolupráce s KOMAG a Projekty neziskových organizací

7.5.1 KOMAG

KOMAG je zkratka pro Komunikační agenturu, která funguje v rámci Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Jedná se o zcela unikátní projekt, kdy sami studenti pořádají pod záštitou univerzity akce nejrůznějšího typu. Studenti FMK UTB ve Zlíně přitom fungují na všech hierarchických úrovních projektu od manažera celého projektu přes manažery sekcí až k jejich asistentům. Existuje zde však samozřejmě supervizor, který na vše dohlíží, kontroluje a reguluje. Tímto supervizorem je vždy někdo z pedagogů.

Cílem projektu je dát studentům šanci vyzkoušet si v praxi poznatky nabyté během studia. Mezi nejvýznamnější projekty realizované v rámci KOMAG patří zlínský Majáles, Miss Academia (soutěž o nejhezčí a zároveň nejchytřejší českou vysokoškolačku), BusFest (série koncertů ve zlínských trolejbusích) a Cena Salvator (ocenění za mimořádné činy v oblasti ochrany života, zdraví, majetku a bezpečnosti obyvatel).

7.5.2 Projekty neziskových organizací

Projekty neziskových organizací jsou stejně jako KOMAG předmětem vyučovaným na FMK UTB ve Zlíně. Akce pořádané v rámci tohoto předmětu jsou organizovány na podporu dětským domovům, denním stacionářům pro postižené lidi, útulkům pro opuštěná zvířata apod. Stejně jako v KOMAG tyto akce organizují výhradně studenti. Mezi nejvýznamnější akce patří výstava neziskových organizací zlínského kraje s názvem Život není zebra, dále Fajn Den - den her pro děti s mentálním postižením a Percipio, jehož cílem je podpořit

ty, kteří potřebují pomoc, a zároveň připravit občanům Zlína a okolí nevšední kulturní zážitek, což probíhá každoročně formou hudebního nebo divadelního představení a následné aukce uměleckých předmětů.

7.5.3 Spolupráce TV Neon, KOMAG a Projektů neziskových organizací

„Ve vztahu k ostatním projektům vystupuje TV studio jako servisní organizace, jako médium, jež je jedním z několika prostředků ke komunikaci pro projekty.“
(Šula, 2009, str. 97)

Spolupráce těchto tří subjektů je založena na poskytování audiovizuálních děl, jejichž výrobcem se stává TV Neon a objektem díla jeden z projektů KOMAG nebo Projektů neziskových organizací. Jedná se především o reportáže a přímé přenosy.

Spolupráce probíhá na základě dohody o vzájemné propagaci, kdy projekt poskytuje za natočení reportáže nebo přenosu propagaci formou umístění loga Neon TV na webových stránkách a propagačních materiálech a Neon TV je uváděn jako mediální partner.

7.6 Seznam všech přenosů uskutečněných v rámci Neon TV

Všechny dosud uskutečněné přímé přenosy se konaly ve Zlíně, buď na půdě univerzitních budov, nebo v jiných zlínských objektech. Často využívanými prostory je především univerzitní budova U13 na Náměstí TGM, která disponuje velkým volným prostorem před knihovnou, dále budova U2 v ulici Mostní, kde se k pořádání akcí využívá univerzitní aula a také univerzitní budova U44v ulici Štefánikova, kde bylo k pořádání konference (KO)MEDIA využito jednotlivých učeben. Z neuniverzitních budov bylo několikrát využito zlínského Městského divadla i Malé scény, dále Kongresového centra a také Městských lázní Zlín, kde se dvakrát konal galavečer projektu Percipio.

Rok 2007

Konference (KO)MEDIA – U4

Rok 2008

Percipio – Městské lázně Zlín

Konference Projektového managementu – U2

B-Fashion – U13

Miss Academia – Městské divadlo Zlín

Rok 2009

Konference projektového managementu – U13

Miss Academia - Městské divadlo Zlín

Cena Salvator – Malá scéna Zlín

Rok 2010

Miss Academia – Městské divadlo Zlín

Percipio fashion show – Městské lázně Zlín

Rok 2011

Cena Salvator – U13

Miss Academia – Kongresové centrum Zlín

Rok 2012

Cena Salvator – U13

Slavnosti k oslavám 10. výročí založení FMK UTB ve Zlíně – U2

Rok 2013

Cena Salvator – U13

Miss Academia – Městské divadlo Zlín

7.7 Přímý přenos v rámci Neon TV

Jednotlivé aspekty přípravy, realizace i likvidace přímého přenosu samozřejmě závisí na charakteru přenášené akce, protože jednotlivé přenosy se mezi sebou liší především v místě konání a programu večera. Lze však říci, že v ostatních ohledech je postup víceméně stejný.

7.7.1 Příprava

Příprava přímého přenosu začíná ve chvíli, kdy se mezi sebou zástupci TV Neon a projektu domluví, že se přenos uskuteční. V této chvíli je možné vykonat v rámci TV studia nejprve základní kroky, kterými jsou:

1. rezervace techniky v TV studiu i v ateliéru audiovize na určený termín
2. ustanovení osob, které budou komunikovat za projekt a osob, které budou komunikovat za Neon TV
3. pokud je již ukončen předzápis studentů na daný semestr a tedy je k dispozici seznam všech studentů zapsaných v předmětu Televizní studio 1 či 2, lze určit hlavní profese pro štáb přenosu – režie, zvuk, střih, kamera. Po domluvě s nimi jsou vybráni další členové štábu a případně doplněn seznam rezervované techniky.

V další fázi probíhají jednání na osobních schůzkách a také komunikace přes e-mail na dvou úrovních:

- komunikace v rámci štábu přímého přenosu

Produkční plánuje setkání tak, aby se ke všem dostaly důležité informace. Jedná se především o

- sestavení štábu
- určení a rezervace potřebné techniky
- zajištění požadovaného spotřebního materiálu (kazety do kamer, baterie, lepicí páska apod.)
- vyzvednutí techniky a její shromáždění v TV studiu
- zkušební zapojení techniky, které probíhá zpravidla v předvečer konání přenosu. Při této příležitosti se vyzkouší funkčnost veškeré techniky a sepíše se také souhrnný seznam veškeré techniky, která se bude druhý den stěhovat.
- rozvržení záběrů a střihu podle scénáře
- obhlídka prostorů – na základě toho se plánuje rozestavění kamer, umístění zvukové i obrazové režie, požadavky na rezervaci místa, délku propojovacích kabelů atd.
- naplánování společné schůzky zvukaře přenosu a zvukaře přenášené události, kde dochází k domluvě na transferu zvuku od zvukaře večera ke zvukaři přenosu

- komunikace mezi TV Neon a projektem, pro který je přenos vytvářen. Tam probíhají schůzky a e-mailová komunikace především ohledně:
 - předání scénáře a programu večera
 - setkání architekta scény s režisérem a hlavním kameramanem přenosu. Toto setkání je třeba zorganizovat co nejdříve, protože architekt, který není na televizní techniku zvyklý, nemusí vědět, jak se přenosu přizpůsobit a může se také stát, že s přenosem ani nepočítá a tvoří si scénu pouze podle vlastních představ. Včasné setkání architekta s kameramanem a režisérem může zabránit tomu, aby scéna vypadala na kameře špatně – jedná se především o souvislé černé a bílé plochy, drobné vzory apod.
 - předání titulků, grafiky, případně také medailonků, jinglů atd.

Ráno v den konání přenosu členové štábu přemístí techniku na místo konání přenášené akce a techniku zapojí. Při přesunu techniky slouží pro kontrolu souhrnný seznam techniky, podle kterého produkční nebo jeho asistent pozná, zda se některá věc neztratila.

7.7.1.1 Generální zkouška

Generální zkouška probíhá těsně před zahájením samotné akce a vše by při ní mělo být tak, jak to bude doopravdy – účinkující už na sobě mají kostýmy, pronášejí celé projevy a provádějí celá vystoupení. Štáb přímého přenosu si při generální zkoušce měří celkovou stopáž. Dále je při generální zkoušce poslední možnost vyzkoušet celkovou funkčnost techniky i technologie a naposledy si zkusit rozzáběrování.

Před začátkem přenosu musí mít technik streamu i každý asistent kamery k dispozici dostatečný počet kazetek, na které se bude celý přenos zaznamenávat.

7.7.2 Realizace

Realizace začíná momentem spuštění natáčení a začátkem přenášení snímaného obrazu a zvuku na internet. V průběhu realizace musí být produkční stále k dispozici, měl by počítat se všemi možnými situacemi a v případě že nastanou, umět je vyřešit. Dobrá příprava samozřejmě eliminuje mnoho problémů, ale určitě se nedá předcházet všem. Kdykoliv může dojít k poruše techniky nebo streamování. Pokud porucha nastane, musí produkční co nejrychleji zajistit výměnu poškozeného dílu nebo zařízení a zjednat nápravu. Vždy platí, že by to hlavně divák internetového přenosu neměl poznat.

7.7.3 Likvidace

Likvidace přenosu začíná ukončením přenášení a skládá se především ze tří oblastí, o které je třeba se postarat. Je to záznam přenosu, shromáždění a vrácení techniky a v neposlední řadě také finance.

7.7.3.1 Záznam

Po skončení přenosu je třeba vyžádat si od kameramanů a od technika streamu kazetky, na které se celý přenos zaznamenával. Od kameramanů budou k dispozici záběry z jednotlivých kamer, od technika streamu potom finální audiovizuální podoba přenosu tak, jak byla vysílána na internet. Kazetku s tímto finálním záznamem dostane stříhač přenosu, který záznam převede na DVD nosič, přidá k němu titulky a upraví ho do konečné podoby, ve které je pak DVD předáno pořadatelům přenášené události jako finální výstup. Tento záznam lze také umístit na webové stránky televize Neon TV, aby jej mohli zhlédnout i diváci, kteří z nějakého důvodu nesledovali přímý přenos.

7.7.3.2 Technika

Ihned po skončení natáčení se všechna technika sbalí a vrátí zpět. Vzhledem k tomu, že přímé přenosy většinou probíhají večer, shromáždí se všechna technika v TV studiu a vrací se až druhý den ráno, protože v noci už ji nemá kdo přebrat zpět. Při přesunu techniky z místa konání do studia je nutné opět podle seznamu kontrolovat, zda se nic neztratilo. Druhý den probíhá odevzdání techniky zpět do TV studia a na ateliér audiovize.

7.7.3.3 Vyúčtování

Vedoucí produkce přenosu shromáždí účtenky za všechny materiál, který byl v rámci přenosu spotřebován. Jedná se především o baterie, lepicí pásky a kazetky. Všechny paragony musí být již z prodejny řádně vyplněny a orazítkovány. Tajemník TV studia si účtenky přebere a proplatí je.

7.7.4 Používaná technologie

Pro streamování je používán software Windows Media Encoder a výstupy jsou v obrazové a zvukové kvalitě srovnatelné s pozemním televizním vysíláním ve standardním rozlišení (720x576 pí). Přenos signálu na tzv. první míli požaduje vysokorychlostní upload s pevnou IP adresou, proto se v rámci stability používá zapojení pomocí pevného LAN kabelu. Sig-

nál je posílán na server do TV studia (budova U44, Štefánikova 2431, Zlín), a odtud potom koncovým uživatelům.

7.7.5 Propagace

V tomto kroku je třeba spolupracovat samozřejmě také s projektem, pro který je přenos uskutečňován. Dosavadní propagace přímého přenosu probíhala ze strany Neon TV na internetu, konkrétně na webových stránkách www.neontv.cz a na sociální síti Facebook na profilu Neon TV (<http://www.facebook.com/neontv.cz>); dále byly vytištěny a distribuovány letáky a plakáty a propagační spoty byly vysílány na obrazovkách v rámci univerzitního informačního systému TVIS. Součástí propagace Neon TV bylo samozřejmě také umístění loga televize na tiskoviny a do webových prezentací projektu Cena Salvator. Projekt Cena Salvator taktéž propagoval přímý přenos, k čemuž docházelo především prostřednictvím sociální sítě Facebook. Dále byly informace o konání přímého přenosu šířeny běžnými formami interpersonální komunikace, což lze označit jako buzz marketing, ale neexistuje zde mnoho možností, jak takto šířené informace monitorovat.

Pomocí stejných nebo podobných kanálů a médií probíhá propagace každého přímého přenosu, který Neon TV realizuje.

7.7.6 Přínos přímého přenosu

Stejně jako všechny ostatní věci, má přímý přenos svá negativa i pozitiva. Přínosy je možné rozdělit do několika oblastí

7.7.6.1 Neon TV

Pro samotnou univerzitní televizi znamená přímý přenos příležitost k využití lidských i materiálních zdrojů, zapojí se tedy pracovníci studia i dostupná technika. Neon TV si tím nepochybně buduje dobré jméno, protože je pouze jednou z několika univerzitních televizí v České republice, které přímý přenos dělají. Dále zde hraje roli nalákání diváků na velice exkluzivní audiovizuální obsah. Existuje zde velice reálná možnost, že lidé, kteří o Neon TV nikdy neslyšeli, se budou dívat na přímý přenos a stanou se potom pravidelnými diváky ostatního obsahu. Přímý přenos nabízí univerzitní televizi možnost self-promotion.

7.7.6.2 Spolupracující projekty

Projektům, pro které se přímý přenos realizuje, přináší přenos neoddiskutovatelné výhody. Získají jedinečnou formu dokumentace projektu ve formě audiovizuálního záznamu, který

může v dalších letech sloužit jako vhodný materiál pro prezentaci projektu. Nenahraditelný je záznam především v oblasti sponzoringu, protože tam může sloužit jako ukázka pro sponzory a navíc usnadní získávání sponzorských darů a podpory, protože přímý přenos umožňuje větší prezentaci partnerů a sponzorů. Příklad: Projekt může partnerům nabídnout běžnou propagaci – logo na letácích a plakátech, webových stránkách projektu atd. Díky přímému přenosu se možnost propagace značně rozšíří. Baner vyvěšený na pódiu v den konání galavečera již neuvidí pouze diváci v sále, ale nyní také diváci internetového přenosu. Ti také zhlédnou reklamní spot vysílaný před začátkem přenosu, uvidí generálního ředitele, který předává hlavní cenu atd.

7.7.6.3 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně a Fakulta multimediálních komunikací

Nemalý pozitivní efekt má realizace přímého přenosu také pro Fakultu multimediálních komunikací i pro celou Univerzitu Tomáše Bati ve Zlíně. Opět zde existuje možnost prezentace úryvků ze záznamu v propagačních materiálech univerzity či fakulty. Možnost podílení se na realizaci přenosů zvyšuje atraktivitu nabízených studijních oborů a může tak vést k tomu, že se více studentů přihlásí k přijímacím zkouškám. Neopomenutelnou výhodou je také fakt, že studenti podílející se na přímém přenosu získávají cenné zkušenosti, které jim dávají konkurenční výhodu při uplatnění na trhu práce, což pro univerzitu znamená zvýšení procenta uplatnitelnosti studentů, což opět vede k nárůstu popularity univerzity.

8 ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY

8.1 Z jakých zdrojů se současní diváci přímých přenosů realizovaných v rámci Neon TV o přenosu dozvídají?

Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že diváci se o konání přenosu nejčastěji dozvídají díky komunikačním aktivitám Neon TV (47,4% dotazovaných, kteří přenos sledovali) a hned potom jsou zdrojem informací přátelé (34,2%). Z využitých komunikačních kanálů, které Neon TV pro propagaci použila, byl bezpochyby nejúspěšnější internet (67% respondentů celkem, z toho 50% uvedlo jako zdroj informace poskytnuté Neon TV na sociální Facebook a 17% webové stránky www.neontv.cz) a druhým nejúspěšnějším způsobem tisková propagace pomocí letáků a plakátů.

8.2 Co je hlavním důvodem nesledování přímého přenosu?

Podle výsledků dotazníkového výzkumu největší část respondentů (40%), kteří přenos nesledovali, uvedlo, že se na přenos nedívali, protože o něm nevěděli. Právě tento fakt je vhodným argumentem k rozšíření propagace.

8.3 Jaké jsou hlavní rozdíly mezi přímým přenosem, který realizují studenti, a přímým přenosem, který je realizován profesionálními tvůrci?

Na tuto otázku odpovídají výsledky kvalitativního výzkumu, tedy strukturovaných rozhovorů. Ten vede ke zjištění, že hlavním rozdílem mezi profesionálními a studentskými přímými přenosy je především médium přenosu, jímž je v případě profesionálů televize a v případě studentů internet. Dále lze sledovat rozdíl také v natáčecím štábu, kdy u studentského přenosu se pohybuje mezi 2-15 lidmi a u profesionálních štábů obsahuje až 120 členů. Velké rozdíly se však nevyskytují v produkčních postupech ani v harmonogramu příprav, realizace a likvidace přímého přenosu.

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

Projektová část předloží především doporučení vytvořená na základě zjištění získaných z výzkumu. Vzhledem k dvojímu výzkumu bude mít i projektová část dvě obsahově různě zaměřené části. V první z nich budou uvedena doporučení v oblasti propagace přímých přenosů, návrhy na zlepšení a rozšíření. Druhá část se bude zabývat produkční složkou přímých přenosů a předloží návrhy na možné zkvalitnění přenosů. Součástí projektové části je také manuál, který byl vytvořen pro usnadnění produkce přímého přenosu galavečera Ceny Salvator 2013. Autorka se snažila zevšeobecnit ho natolik, aby byl použitelný i při realizaci dalších přímých přenosů realizovaných v rámci Neon TV na UTB ve Zlíně.

9 DOPORUČENÍ PRO PROPAGACI PŘÍMÝCH PŘENOSŮ REALIZOVANÝCH V RÁMCI NEON TV

Doporučení v této části budou vycházet z výsledků dotazníkového šetření v kvantitativní části výzkumu. Hlavní roli zde hrají fakta o informovanosti respondentů, kteří přenos sledovali, a neinformovanosti těch, kteří jej nesledovali.

9.1 Rozšíření propagace

Tato část se bude zabývat pouze doporučeními pro Neon TV, přestože při tvorbě komunikačního mixu lze a je samozřejmě žádoucí spolupracovat s projektem, pro který je přímý přenos konán.

9.1.1 Public Relations

V této oblasti se nabízí psaní a šíření tiskových zpráv do regionálních i celostátních médií. Velice účinná může být spolupráce s médii, která se zabývají tématy podobnými tématu přenosu. Při budování PR pro přenos galavečera Ceny Salvator je například vhodné zaměřit se na oblast hasičů, záchranářů, kynologů, organizace jako je Český červený kříž a samozřejmě lokální média, která informují o aktuálním dění ve Zlíně a Zlínském kraji. Pro Miss Academii pak přichází v úvahu média zabývající se módou a trendy, studentským životem, účesy atd., oslovit lze i vysoké školy, jejichž studentky se soutěže účastní. Výhodou PR jsou především nízké náklady a možnost navázání trvalých vztahů s médii.

9.1.2 Internetová propagace

Média ve výše uvedených kruzích lze oslovit také s nabídkou barterové spolupráce při propagaci. Nabízí se možnost uveřejnit na vlastních stránkách banner druhé strany nebo spojit propagaci se soutěží o výrobky partnera (např. Kdo nejbližší odhadne konečný počet diváků přímého přenosu, získá dárkovou sadu od firmy ABC).

9.1.3 Self promotion

Ke sledování přímého přenosu lze zvát všemi dostupnými cestami – pomocí letáků a plakátů, propagací v informačním systému TVIS, požadavkem na rozeslání hromadného e-mailu studentům UTB ve Zlíně a především v rámci vlastní tvorby Neon TV. Informace o chystaném přenosu se mohou objevovat v natočených videích, uveřejněných zprávách i na sociálních sítích. K propagaci může být použita běžná oficiální grafika, ale u sociálních sítí se přímo nabízí sdílení obsahu, jako jsou např. fotografie a videa z příprav.

10 NÁVRH NA ZKVALITNĚNÍ ŠTÁBU PŘÍMÉHO PŘENOSU

Organizace jakýchkoliv dlouhodobější akcí je v otázce lidských zdrojů TV Neon velice problematická, protože, jak již bylo uvedeno výše, dochází k vysoké fluktuaci studentů – pracovníků a jejich životnost zpravidla dosahuje maximálně 3 let, což je délka bakalářského stupně studia. I přesto je zde uvedeno několik návrhů na zvýšení kvalifikace členů štábu přímého přenosu.

10.1 Workshopy

V rámci předmětu TV studio budou každý semestr pořádány workshopy s lidmi, kteří pracují na profesionálních přímých přenosech, např. pro Českou televizi nebo Novu. Workshop bude zaměřen především na praktickou část. Vhodné by bylo uspořádat vždy workshop s režisérem, hlavním kameramanem, zvukařem, stříhačem a produkčním. Tento workshop však nemusí být využit pouze pro vzdělávání členů Neon TV, ale mohou se ho účastnit i studenti ateliéru Audiovize. Workshopy by měly probíhat v semestru, kdy probíhají přenosy nejčastěji, dosud to byl letní semestr.

Další možností je účast některého z odborníků přímo při realizaci přímého přenosu, případně workshop po něm, kdy tento člověk může se studenty komentovat a konzultovat konkrétní situace.

Vhodným řešením je také účast studentů na profesionálním přímém přenosu. Tato metoda se již uplatňuje při výuce studentů audiovizuálních oborů, ale při výběru studentů, kteří se takové exkurze zúčastní, není brána v potaz jejich možná účast na realizaci přímého přenosu v rámci Neon TV.

10.2 Organizace lidských zdrojů

Celkové zkušenosti štábu a kompetentnost jejich členů lze alespoň z části zajistit tak, že na hlavní pozice budou vždy obsazováni lidé, kteří se již dříve na realizaci některého přímého přenosu v rámci Neon TV podíleli, ať už na hlavní nebo asistentské pozici. Zajistí se tak, že pracovníci budou mít už na začátku příprav přenosu alespoň částečné zkušenosti se zapojením i fungováním použité techniky i s průběhem realizace. Samozřejmě by mělo platit, že zkušenější pracovník se vždy snaží předat zkušenosti a důležité postřehy svým méně zkušeným kolegům.

11 POSTUPY PRO PRODUKCI PŘÍMÉHO PŘENOSU

Kvalita i sledovanost přímého přenosu závisí samozřejmě na několika faktorech, ale zásadní roli hrají vždy lidé, tedy štáb. Jak již bylo několikrát uvedeno výše, jsou velmi důležité zkušenosti každého člena a také schopnost vycházet s ostatními lidmi a umět řešit nenadálé situace.

11.1 Manuál

Tento manuál byl sepsán v únoru 2013 pro vedoucí produkce přímého přenosu galavečera Ceny Salvator 2012, která se na podobné pozici ocitla poprvé. Jsou zde obecně popsány kroky, které je třeba vykonat při přípravě, realizaci i likvidaci přímého přenosu v rámci Neon TV. Všechny body jsou stručně popsány, doplněny o vlastní postřehy a doporučení tak, aby byl konečný výsledek co nejlepší a vše probíhalo hladce a bez potíží.

PRÁCE HLAVNÍHO PRODUKČNÍHO PŘI REALIZACI PŘÍMÉHO PŘENOSU V RÁMCI NEON TV:

0. Předpokládáme, že úlohy hlavní produkce se někdo ujme (bude mu určena) a bude organizovat všechny další práce.
1. Sestavit štáb – nejprve je dobré určit režiséra, hlavního kameramana, střihače a zvukaře, kteří si potom vytvoří štáb kolem sebe. Je to tak nejlepší, protože tito tři lidé se potom budou účastnit důležitých schůzek, korigovat si svoji sekci a zároveň se domlouvat mezi sebou. Právě proto by tyto funkce měli zastávat lidé zkušení, spolehliví a také alespoň trochu autoritativní.
 - a. Režisér, kameraman, střihač i zvukař by měli být studenti oboru audiovize. Čerpáme z personálních zdrojů TV studia, pokud se tam nenajde nikdo vyhovující a ochotný tuto práci dělat, jdeme na audiovizi mimo TV studio – lidé se ale zpravidla na přímém přenosu podílí rádi, protože je to zcela výjimečná možnost vyzkoušet si něco nového (protože přímý přenos neprobíhá každý týden, že).
 - b. Společně s režisérem, střihačem, kameramanem a zvukařem vybereme ostatní složky štábu – asistenta režie, asistenta střihu, asistenty kamery (záleží na počtu kamer, které budeme používat, zpravidla je ke každé kameře třeba jednoho asistenta – určí hlavní kameraman), asistenta zvuku, asistenta/y produkce (asistent produkce je práce jako dělaná pro lidi z marketingu, ale je třeba je umět ukočírovat a nebát se delegovat na ně úkoly). Dále je

třeba určit také člověka, který se bude starat o stream – tedy dohlédne, aby se přenos opravdu přenášel a aby se zaznamenával přes rekordér.

c. Zvukaři se na přenosu většinou podílejí dva, jeden hlavní zvukař a jeden asistent.

2. Navázat kontakt s managementem přenášené události. Vzhledem k tomu, že se většinou přenášejí projekty KomAg, jsou tímto „managementem“ lidé z FMK, obor Marketingové komunikace. Nejdůležitějšími osobami pro naši stranu jsou: manager projektu, vedoucí produkce, art manager (bývá to někdo z prostorového designu) a tvůrci (režisér, scénárista – většinou lidi z AV) večera (např. u Miss Academia nebo Ceny Salvator). Potom by mělo následovat několik schůzek:

a. První schůzka, na které by měl být někdo z vedení TV studia (Honza Čada nebo Tomáš Šula, nejlépe oba), režisér a kameraman. A samozřejmě ty - hlavní produkční. Může přijít i zvukař, ale to není třeba – bude vysvětleno později. Ze strany projektu, pro který přenos děláme, by se měl účastnit hlavně manažer projektu. Tato schůzka nemusí trvat dlouho a jde zde hlavně o sdělení základních informací – termín akce/přenosu, předpokládaná délka, místo konání, téma (pokud je, třeba Miss Academia ho mívá), program. Je třeba také sdělit požadavky z obou stran a určit si deadliny. Ze strany TV studia jsou požadavky takovéto:

i. Dodání scénáře večera a titulků účinkujících (existuje i šablona, ve které titulky budou). U obojího určit deadline.

ii. Zajištění převozu techniky na místo přenosu – probíhá většinou v KOMAG autě, projekt by měl dále zajistit alespoň dva lidi ve škole a dva lidi na místě akce, aby se stěhováním techniky pomohli.

iii. Finance – bude se jednat o proplacení nákladů (je tedy třeba potom si schovávat orazítkované paragony) a některých dalších věcí, tato položka se liší případ od případu.

iv. Kontakty na hlavního manažera projektu, vedoucího produkce projektu, art manažera, scénáristu a režiséra večera, zvukaře a osvětlovače večera (bývá to jeden člověk nebo agentura). Kontakt na správce budovy, kde bude přenos probíhat.

v. Propagace – záleží na domluvě, ale většinou vyžadujeme, aby byla Neon TV mediálním partnerem a naše loga se objevovala na propagačních materiálech, webu atd.

Dále můžeme na této schůzce probrat možnost přidání techniky, která není v materiálních fondech fakulty a museli bychom zajistit její pronájem a obsluhu – jedná se o steadicam a

jeřáb, které dodají celému přenosu zajímavější a profesionálnější vzhled, pronájem i obsluha se dojednávají s konkrétními lidmi, kteří jsou schopni zajistit zpravidla obojí (tedy pronájem i obsluhu).

b. Schůzka hlavní kameraman, režisér, art manager. Nejlepší je tuto schůzku uspořádat přímo v prostoru, kde bude přenos probíhat (pokud je to běžně nepřístupný prostor, domluvíme se se správcem budovy). Na této schůzce se řeší stavba scény a její celkový vzhled. Je dobré ji uspořádat co nejdříve, protože kameraman může chtít prvky scény upravovat, hlavně co se týká barev – ví totiž nejlépe, co budou na kameře dělat pruhy nebo černá barva. Hlavní kameraman si při prohlídce prostoru může také dobře naplánovat roze-stavění kamer.

c. Schůzka zvukař večera – zvukař projektu. Tady se obě strany domluví na přenosu zvuku mezi sebou – jde hlavně o to, že zvukař přenosu bude potřebovat brát nějaký zvuk od zvukaře večera a je třeba, aby ten s tím počítal a měl dostatek výstupních slotů. Zvukař přenosu bude také vědět, zda bude pro sebe potřebovat přídavné mikrofony.

d. Schůzka osvětlovač – hlavní kameraman (pokud je osvětlovač zároveň zvukařem, jde sloučit s výše uvedeným). Vzhledem k tomu, že osvětlení si řeší projekt sám, resp. jimi najatý osvětlovač, nemusí být v přenosovém štábu osvětlovač jako samostatná pozice a otázku osvětlení vyřeší hlavní kameraman. Při této schůzce projedná, zda bude vše ok pro kameru a případně se domluví na přídavných světlech nebo jiných úpravách.

3. Zajistit propagaci v rámci Neon TV – na starost to bude mít přímo oddělení propagace, my si ještě obstaráme fotografy (minimálně jednoho na focení příprav a zákulisí přenosu, alespoň dva potom na samotnou akci)

4. Zajistit prostory pro režii a zvuk na místě pořádání přenášené akce – tady se domlouváme především s produkcí večera, protože některé produkční prostory mohou být již vyhrazeny např. jako šatna. Při tomto domlouvání jsme v kontaktu se zvukařem, kameramanem a střihačem, protože ti nejlépe vědí, jaké dispozice mají mít prostory pro režii a zvuk. Počítejme s tím, že zvuková režie bude chtít být oddělena od stříhu, aby se vzájemně nerušili.

5. Zajistit internetové připojení pro streaming – domlouvá se se správcem budovy (nebo správcem IT sítě v budově) a v podstatě jde o nastavení LAN přípojky nejbližší k prostorům režie. Tato přípojka se nastaví jako veřejná a pan IT by měl dostat čísla a údaje,

které produkční převezme buď od Honzy Čady nebo od člověka, který má na starosti streaming přenosu.

6. Sepsat seznam potřebné techniky a zajistit ji. Zde si každý člen štábu sepíše, jakou techniku bude potřebovat a produkční ji potom rezervuje v TV studiu/na ateliéru audiovizí. Pro rezervaci se vyplní realizační list, který podepíší hlavní profese štábu (podle realizačního listu) a potom se dá podepsat i lidem, kteří rezervaci schválí – v TV studiu je to Tomáš Šula, na ateliéru audiovizí musí být za každou profesi jeden podpis – jak je napsáno v realizačním listu. Rezervace může proběhnout jenom na několik osob (v realizačním listu je stejně třeba vypsát a nechat podepsat všechny hlavní profese), ale půjčovat techniku už by si měl každý na sebe. Je to lepší, protože když se potom něco ztratí, může za to určitý člověk. Datum vypůjčení techniky rezervujeme minimálně 3 dny před přenosem, pokud je možno, i dřív. Vrácení je den následující po přenosu. Pokud jsme se s projektem dohodli na zapůjčení techniky mimo školu (jeřáb, steadicam), zajistíme i tu – na audiovizí má někdo určitě kontakt na pronajímatele (kteří většinou zajišťují i obsluhu). S těmi se potom domluvíme, jaké budou mít nároky na lidi (např. asistenta k obsluze jeřábu), techniku (např. přídatná závaží), peníze a přepravu.

a. Pamatujeme také na „společnou“ techniku, tedy kabely, interkomy, vysílačky.

b. Součástí tohoto bodu je také zajištění spotřebního materiálů – opět by měl každý nahlásit, kolik bude potřebovat kazetek, baterek, lepicí pásky atd.

7. Vyzvednutí techniky z ateliéru audiovizí u zodpovědné osoby, kterou je nyní pan Petr Janík – přijdeme v den, na kdy jsme s panem Janíkem domluvení, s podepsanými realizačními listy a s dostatkem lidí, kteří to vyzvednou (a dostatkem peněz na zálohu). Techniku z ateliéru audiovizí zaneseme do TV studia a dáme ji do místnosti, do které už kromě štábu pod dohledem produkce nikdo nepůjde (nejlepší je místnost režie nebo studio).

8. Vyzvednutí techniky z TV studia – Tomáš Šula předá požadovanou techniku ze skladu (nebo režie), taktéž na základě realizačního listu.

9. Na základě scénáře večera uspořádat schůzku hlavního kameramana, asistentů kamery, režiséra a střihače. Zde si štáb určí rozzáběrování celého večera a kameraman určí rozestavení asistentů ke kamerám. Tuto schůzku můžeme uspořádat až těsně před přenosem a spojit ji se zkouškou zapojení techniky. Je to hlavně proto, že scénář pravděpodobně stejně nebudeme mít dřív k dispozici.

10. Zkouška zapojení techniky – koná se den před přenosem v TV studiu, všichni si zkontrolují funkčnost svojí techniky a celkovou funkčnost přenosu a propojení s ostatními. Produkční potom udělá seznam techniky, která se bude odvážet ven. Na tomto seznamu bude všechno, ať už půjčeno z TV studia nebo z ateliéru audiovize.

11. Zajistit, aby měli všichni kontakt list – nejdůležitější telefonní čísla. A těm, co budou potřebovat, nakopírujeme scénář.

12. V den přenosu se sejít ve studiu, přestěhovat techniku a zapojit ji tak, aby na generálku už bylo vše připraveno a generálka večera byla zároveň generálkou přenosu. Při převozu techniky kontrolujeme se seznamem.

13. Přenášíme a zaznamenáváme.

14. Po skončení přenosu všechnu techniku opět dopravit zpátky do TV studia. Při převozu techniky kontrolujeme se seznamem, jestli se vrací všechno, co má. Sesbíráme kazetky od kameramanů a především od streamu.

15. Druhý den se ráno sejdeme ve studiu a jdeme vrátit techniku na ateliér audiovize panu Janíkovi. Potom zkontrolujeme s Tomášem Šulou vrácení techniky do studia.

16. Modlíme se, aby bylo vráceno vše, co jsme si půjčili.

17. Kazetky předáme střihači, který z nich vytvoří záznam a DVD pro projekt, pro který jsme přenos dělali.

18. S produkcí projektu vyrovnáme vyúčtování, předáme finální DVD.

Po celou dobu příprav i realizace komunikujeme s celým štábem, s informacemi a počtem lidí, které informujeme, není třeba to přehánět, ale vždycky platí, že je lepší, když se člověk dozví víc, než míň.

Snažíme se udržovat přátelskou a tvůrčí atmosféru a zároveň štáb motivovat k práci.

Pokud se to povede, je to super a chválen bude celý štáb, ale pokud se něco nepovede, bude za to vina připisována produkci. Proto musí být všechno včas dokonale připraveno a zajištěno.

Všechno se snažíme řešit včas. Práce na přímém přenosu je náročná, ale výsledek i zkušenosti stojí za to, proto pokud to někdo bude dělat „na půl“, nemá to cenu.

ZÁVĚR

Televize je sledovaným masovým médiem. Technologický vývoj i vynález internetu sledovanost televize ovlivnil, ale ne natolik, aby byla její sledovanost ohrožena, dá se spíše říci, že diváci zůstávají u televizních obrazovek a začínají díky technickým inovacím konzumovat audiovizuální obsah také z jiných médií jako např. z internetu nebo mobilního telefonu, někdy dokonce využívají propojení těchto médií.

Právě díky vyvinuté technice lze organizovat přímé přenosy a umožnit tak divákům, aby se zvuk i obraz z akce, které se nemohou osobně zúčastnit, dostal až k nim domů na obrazovku televize nebo počítačový monitor. Přímé přenosy jsou buď televizní, nebo internetové, přičemž v České republice se lze setkat s obojím.

Univerzitní televize Neon TV, která funguje na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, realizuje internetové přímé přenosy od roku 2007. V materiálním i personálním zajištění přenosu je tato televize zcela samostatná. Přenášené akce jsou univerzitního charakteru, jedná se především o konference a galavečery školních projektů.

Přímé přenosy pořádané v rámci Neon TV znamenají velký přínos pro realizační štáb, diváky i pro Univerzitu Tomáše Bati ve Zlíně.

V rámci této práce bylo zjištěno, jakým způsobem lze dosáhnout zvýšení sledovanosti těchto přenosů. V rámci kvantitativního výzkumu, dotazníkovému šetření, bylo zjištěno, že mnoho lidí přenos nesleduje, protože o něm neví, a proto je v projektové části uvedeno několik doporučení k propagaci přenosu.

Další část výzkumu se zabývala rozdíly mezi studentskými a profesionálními přímými přenosy. Díky rozhovorům s produkčními studentských i profesionálních přímých přenosů bylo zjištěno, že hlavním rozdílem je zkušenost a kvalifikace členů štábu. Na toto zjištění navazuje v projektové části doporučení na vzdělávání a zvyšování kvalifikace studentů, kteří se na přímých přenosech podílí.

Součástí projektové části je také podrobný manuál k produkci přímého přenosu v Neon TV, jelikož takový dokument v univerzitní televizi dosud chyběl.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] AVC-ČVUT. Audiovizuální centrum studentů ČVUT [online]. 2011 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.avc-cvut.cz/>
- [2] BODDEN, Valerie. Television. 1st ed. Mankato, Minn.: Creative Education, c2008, 24 p. ISBN 978-158-3415-597.
- [3] ČADA, Jan. Hybridní televize jako revoluční nástroj cíleného marketingu v českých domácnostech. Zlín, 2012.
- [4] FORET, Miroslav. Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, iv, 121 s. ISBN 978-80-251-2183-2.
- [5] GREGORA, Pavel a Vladimír VÍT. Televizní technika: zařízení pro přenos a vysílání televizního signálu. 1. vyd. Praha: BEN - technická literatura, 2000, 175 s. ISBN 8086056899.
- [6] HOLUB, Petr. Jak na streamované video [online]. ÚVT MU, 2002, 14. 04. 2009 [cit. 2013-2-21]. Dostupný z: <http://www.ics.muni.cz/zpravodaj/articles/238.html>
- [7] Internet. Inetmag [online]. 2009 [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: www.inetmag.cz
- [8] JASSINGER, Alfréd. Marketing a jeho uplatňovanie vo filmovom podniku. Bratislava: VŠMU, 1996. ISBN 80-85182-41-6.
- [9] KAŠPAR, Pavel. Audiovizuálové obdivovali přenosový vůz. Neon TV [online]. 2010 [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: <http://neontv.cz/2010/04/na-zlinske-univerzite-se-setkali-odbornici-na-audiovizualni-tvorbu/>
- [10] KOMÁNKOVÁ, Jitka. Tajemství přímého přenosu. Televize.cz [online]. 2012 [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: <http://www.televize.cz/clanky/tajemstvi-primeho-prenosu-16650>
- [11] MILLERSON, Gerald a Jim OWENS. Television production: the path to digital media production. 14th ed. Boston: Focal Press/Elsevier, c2009, xxii, 399 p. ISBN 978-0-240-52078-0.
- [12] MUSBURGER, Robert B a Gorham Anders KINDEM. Introduction to media production: the path to digital media production. 4th ed. Boston: Focal Press/Elsevier, 2009, xxi, 509 p., [4] p. of plates. ISBN 02-408-1082-1.
- [13] MUSIL, Josef. Elektronická média v informační společnosti. Votobia. ISBN 80-722-0157-3.

- [14] MYSLÍKOVÁ, Klára. Televizní přímé přenosy v ČR. Praha, 2005. Diplomová práce. FAMU. 98 s.
- [15] OSTEN, Jaroslav. Televizní přenos scénického představení (plánovaný přenos festivalového představení). Praha, 1993. Diplomová práce. FAMU. 54 s.
- [16] OSVALDOVÁ, Barbora. Encyklopedie praktické žurnalistiky. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, 256 s. ISBN 80-859-8376-1.
- [17] ORLEBAR, Jeremy. *Knih o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012, 213 s. ISBN 978-807-3312-466.
- [18] PETR, Jan. Přímý přenos jako televizní specifikum. Praha, 1970. Diplomová práce. FAMU. 69 s.
- [19] Přenosový vůz. FILMpro [online]. 2009 [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: <http://www.filmpro.cz/filmpro/fr.asp?tab=filmpro&id=34&burl=&pt=TC>
- [20] REKOVÁ, Taťána. Hodina pravdy s vedoucí produkce stejnojmenného pořadu. Česká televize [online]. 2012 [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/zpravodajstvi-ostrava/novinky-ze-studia/195649-hodina-pravdy-s-vedouci-produkce-stejnojmenného-poradu/>
- [21] ŠULA, Tomáš. Televizní studio - Univerzitní televize. Zlín, 2009. Diplomová práce. UTB ve Zlíně. Vedoucí práce Štěpán Prachař.
- [22] TOMAIDES, Petr. STREAMING – konec televize?. Česká televize [online]. 2008 Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10121359557-port/252-streaming-konec-televize/video/>
- [23] VESELÁ, Ivana. Produkční práce při přímém televizním přenosu. Praha, 1968. Diplomová práce. FAMU. 41 s.
- [24] VRABEC, Jan. Problematika televizní produkce. Praha: Studijní odbor Čs. televize, 1967. 196 s.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AV Audiovize, audiovizuální

PP Přímý přenos

TV Televize, televizní

SEZNAM OBRÁZKŮ

Str. 24 Obrázek 1 Schéma zapojení přímého internetového přenosu
(zdroj <http://www.composoftware.eu>)

Str. 26 Obrázek 2 Časový plán výroby audiovizuálního díla podle Millersona

SEZNAM GRAFŮ

Str. 43 Graf 1 Zdroj informací o konání přímého přenosu galavečera

Ceny Salvator 2012

Str. 44 Graf 2 Přesný zdroj informací o konání přímého přenosu galavečera

Ceny Salvator 2012 při udání zdroje „Neon TV“

Str. 45 Graf 3 Důvod nesledování přímého přenosu galavečera Ceny Salvator 2012

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník použitý při kvantitativním výzkumu

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK POUŽITÝ PŘI KVANTITATIVNÍM VÝZKUMU

SLEDOVALI JSTE INTERNETOVÝ PŘÍMÝ PŘENOS GALAVEČERA CENA SALVATOR 2012 (20. 3. 2013 NA WWW.NEONTV.CZ)?

*ano *ne

ANO – odkud jste se o přenosu dozvěděli?

- Přátelé
- Prostřednictvím Neon TV
 - Facebook
 - Plakát, leták
 - Web
 - Jinak
- Prostřednictvím Miss Academia
 - Facebook
 - Plakát, leták
 - Web
 - Jinak
- Jinde (kde?)

NE – proč ne?

- Zúčastnil/a jsem se večera živě (na místě konání)
- Nevěděl jsem, že se přenos koná
- Neměl/a jsem čas
- Byl/a jsem mimo internet
- Nezajímá mě to
- Jiný důvod

Věk *do 25 let *26-40 *41-60 *61 a více

Pohlaví *žena *muž

Jste student? *ano *ne

ANO

- Jste student UTB ve Zlíně? *ano *ne
- Jste student FMK UTB ve Zlíně? *ano *ne

Kraj bydliště (nemusí jít o trvalé bydliště, jde o kraj, kde trávíte nejvíce času) *(v možnos-
tech všechny kraje ČR)