

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Mediální rutiny redakce televize NOE

Media routines of editors in TV NOE

Bakalářská diplomová práce

Lýdie Hájovská

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Karel Páral

Olomouc 2020

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně na základě literatury a dalších zdrojů uvedených v závěru práce. Počet znaků v práci včetně mezer je 82 237.

V Olomouci dne

.....

Lýdie Hájovská

Poděkování

Mé poděkování patří vedoucímu Mgr. et Mgr. Karlu Páralovi za cenné rady, které mi pomohly při psaní této bakalářské práce. Také bych chtěla poděkovat mým respondentům, jmenovitě Leoši Ryškovi, Radce Owsiankové a Taťáně Popkové, za jejich ochotu a čas při realizaci rozhovorů. Můj dík patří také Petru Kudelovi za pomoc při realizaci analytické části mé diplomové práce.

Abstrakt

Tato bakalářská diplomová práce se zaměřuje na pracovní postupy redaktorů televize Noe. Cílem je popsat mediální rutiny, které využívají redaktoři při každodenní práci a zároveň charakterizovat běžný chod redakce. K dosažení cíle je pro mě zvolenou metodou kvalitativní výzkum formou polostrukturovaných rozhovorů se třemi respondenty, jimiž jsou současní zaměstnanci TV Noe. Teoretickým základem práce je koncept mediálních rutin. Tato východiska jsou klíčovým základem pro strukturu části analytické.

Klíčová slova

Televize Noe, mediální rutiny, nekomerční televize, křesťanská televize, zpravodajství

Abstract

This bachelor thesis focuses on the work procedures of the editors of Television Noe. The aim is to describe the media routines used by editors on a daily basis and at the same time to characterize the common functioning of the newsroom. To fulfil the objective of the thesis, the chosen method is qualitative research in the form of semi-structured interviews with three respondents, who are current employees of TV Noe. The theoretical basis of the work is the concept of media routines itself. These bases represent the key foundation for the analytical part structure.

Key words

TV Noe, Media routines, non-commercial television, christian television, news

Obsah

Úvod	3
1. Teoretická část.....	5
1.1. Mediální rutiny.....	5
1.1.1. Výběr témat	6
1.1.2. Zdroje informací.....	7
1.1.3. Tvorba mediálního obsahu	9
1.1.4. Organizace práce v redakci	11
1.1.5. Nové technologie televizního zpravodajství	12
1.2. Nekomerční televizní médium.....	14
2. Metodologie.....	16
2.1. Vymezení cíle výzkumu a výzkumné otázky	16
2.2. Kvalitativní výzkum.....	16
2.3. Metoda a technika výzkumu	17
3. Analytická část	19
3.1. Výběr výzkumného vzorku.....	19
3.2. Medailonky respondentů.....	19
3.3. Výběr témat.....	20
3.3.1. Proces výběru témat	20
3.3.2. Náměty na témata od televizních diváků.....	21
3.3.3. Světová vs. tuzemská témata.....	22
3.4. Zdroje informací	23
3.5. Tvorba mediálního obsahu.....	25
3.6. Organizace práce v redakci.....	30
3.7. Nové technologie televizního zpravodajství.....	35
3.8. Spolupráce s dalšími médii zaměřenými na křesťanskou tematiku.....	37
4. Závěr.....	38
5. Seznam literatury.....	40
6. Seznam příloh.....	41
7. Přílohy	42

Úvod

Nekomerční zpravodajství zaujímá na tuzemské mediální scéně specifickou pozici. Pokud se navíc jedná o jediné ryze křesťanské vysílání, nemá Televize Noe v České republice konkurenta. Vysílání této televize je financováno pouze z darů diváků, protože už od svého vzniku v roce 2006 funguje bez příjmů z inzerce, za účelem vysílání nerušeného reklamou.

Na českém mediálním trhu je TV Noe sice jedinou křesťanskou televizí, již od roku 1995 je ale v tuzemsku možné naladit vysílání Rádia Proglas. Nejznámějším tištěným křesťanským periodikem je Katolický týdeník, který vychází od roku 1990¹. Ač je TV Noe nejmladším ze zmíněných médií, na mediálním trhu zaujímá podstatné místo. Mapuje dění v církvi, vysílá přenosy z křesťanských akcí, zpravodajství z Vatikánu, připravuje vzdělávací pořady, či přináší celovečerní snímky nejen s duchovní tematikou.

Ve své bakalářské práci jsem se rozhodla zaměřit na každodenní práci redaktorů televize Noe, popsat nastavené mediální rutiny a stereotypy, i to, jak je chod redakce ovlivňován zmíněnými mediálními rutinami. Cílem výzkumu této práce je zjistit, jak vypadá zpravodajství v nekomerční křesťanské televizi, a popsat celkový chod redakce.

Práce je rozdělena do tří částí – teoretické, metodologické a analytické. V teoretické části se zaměřím především na výklad základních pojmů vztahujících se k tématu mediálních rutin a nekomerčního televizního média. V teoretické části se rovněž budu zabývat dílčími teoretickými segmenty, jako jsou zdroje informací, výběr a nastolování témat, tvorba zpravodajství, organizace práce v redakci, a také se budu zabírat novými technologiemi v televizním zpravodajství. Tato teoretická východiska mi poslouží lépe při orientaci v analytickém úseku.

Druhá část bakalářské práce se bude zabývat metodologií. Popíšu, jakou výzkumnou metodu jsem zvolila pro dosažení cíle práce. Pro získání adekvátního výzkumného materiálu si zvolím kvalitativní metodu dotazování formou polostrukturovaných rozhovorů s vybranými zaměstnanci televize Noe, kteří v současné době v redakci pracují.

¹ Katolický týdeník vznikl v návaznosti na Katolické noviny, které vycházely v letech 1948–1989.

Jako hlavní výzkumnou otázku jsem si zvolila: *Jaké mediální rutiny se uplatňují ve zpravodajství televize Noe?* Mezi dílčí výzkumné otázky jsem zařadila také dotazy: *Jak vypadá běžný pracovní den v redakci televize Noe? Jaké postupy uplatňují redaktori při výběru zdroje informací a témat?*

V praktické, a tedy poslední části, se budu zabírat samotnou analýzou rozhovorů. Ty budu následně interpretovat, abych co nejlépe dosáhla vytyčeného cíle mé práce. Odpovědi respondentů budou konfrontovány s teorií mediálních rutin z první části bakalářské práce.

Co se literatury týče, doposud k tematice nekomerčních křesťanských médií nebyla publikována ucelená monografie. V roce 2015 se na Univerzitě Karlově ale podobným tématem zabývala Tereza Pavelcová ve své bakalářské práci o křesťanských médiích v dialogu s ateismem na příkladu periodika *Katolický týdeník*.

Teorii mediálních rutin se věnuje i na Univerzitě Palackého již několik bakalářských diplomových prací. Především se ale stereotypy a rutinami zabývá několik mediálních teoretiků. V publikacích *Masová média a Média a společnost* téma otevírají Jan Jiráček a Barbara Köpplová. Denis McQuail se stereotypům v redakcích věnuje v knize *Úvod do teorie masové komunikace*. Barbora Osvaldová se na mediální rutiny zaměřuje v publikaci *Zpravodajství v médiích*, s Janem Haladou pak také v knize *Slovník žurnalistiky: Výklad pojmů a teorie oboru*. Tomáš Trampota se tématem mediálních rutin zabývá v publikaci *Zpravodajství*.

1. Teoretická část

V teoretické části se budu zabývat teoretickými východisky, které se vztahují k tematice této bakalářské diplomové práce, tedy k tematice mediálních rutin. Relevantní literatura mi poskytne vhled do dvou hlavních pojmů, jimiž jsou mediální rutiny a nekomerční televizní médium. Vzhledem k tomu, že se má bakalářská práce věnovat mediálním rutinám v Televizi Noe, je nutností specifikovat televizní vysílání fungující bez placené inzerce a stejně tak mediální rutiny. V rámci druhého pojmu jsem do práce zahrнула pět částí, které se věnují výběru témat, zdrojům informací v daném médiu, organizaci práce v redakci a novým technologiím televizního zpravodajství. Díky tomu mohu popsat později v analytické části konkrétní mediální rutiny redakce televize Noe.

1.1. Mediální rutiny

Podle Michaela Kunczika je iluzí začínajících žurnalistů, že jsou redaktory svobodnými a nezávislými, protože masová média jsou otevřenými socio-technickými systémy, které jsou v procesu neustálé a dynamické výměny s okolním světem. (Kunczik 2005: 65)

„Mediální organizace mají sklon vytvářet si různé výrobní rutiny, čili zažitě způsoby, jak tyto materiály vyrábět.“ (Burton, Jirák 2001: 102) Podle Graeme Burtona a Jana Jiráka poskytují pravidelné porady během dne v redakci pevný rámec činnosti při zvládnutí složitých technologií, nedostatku času a zapojení velkého množství lidí. *„Rutina a sklon k zažitým postupům jsou velmi silným faktorem a je třeba s nimi počítat, kdykoliv se pokoušíme pochopit fungování médií.“* (tamtéž: 102)

„Zpravodajství se zdánlivě musí vyrovnávat s událostmi, které jsou namnoze překvapivé a neočekávané a jejich zpracování jako by ani nebylo možné předem naplánovat. Ve skutečnosti ale tvoří neočekávané události jen malou část zpravodajství.“ (Jirák, Köpplová 2007: 76) Podle Jiráka a Köpplové má každé médium své ustálené postupy jak zpracovávat i neočekávané události a podle těchto zažitých kritérií se vybírají připravovaná témata. (tamtéž: 76) *„Rutiny mimo jiné zaručují, že se média chovají předvídatelným způsobem.“* (Trampota 2006: 44)

Tomáš Trampota popisuje rutinní postupy ve zpravodajství, které probíhají na několika úrovních: při sestavování agendy zpravodajství, při vyhledávání informací a při práci se zdroji i při konečném zpracování zpráv. (Trampota 2006: 55)

Jednou z mediálních rutin jsou uzávěrky, tedy pevně dané termíny pro dokončení určité práce. „*Novinářská práce probíhá v neustálém časovém tlaku uzávěrek, a aby ji novináři zvládli, musí být rutinizována.*“ (Tuchmanová in Trampota 2006: 55) Podle Burtona a Jiráka je mediální produkce sledem navazujících úkonů, které dohromady utvářejí složitý řetězec, jehož fungování závisí hlavně na pravidelnosti. Zároveň tyto organizace svou vlastní činnost propagují oznámením, co mohou jejich čtenáři, diváci, či posluchači očekávat. (Burton, Jiráček 2001: 104) „*Tým se média zavazují do budoucna k dodržení celé řady termínů a mechanismus uzávěrek formalizují do podoby společenského závazku.*“ (tamtéž: 104)

1.1.1. Výběr témat

„*Novinář každodenně bere informace, s nimiž je obeznámena jen malá skupina lidí, a sdělí je početnému publiku.*“ (Burnsová 2004: 77)

Trampota říká, že i když produkce zpráv v moderních společnostech věří v objektivizační postupy, přece jen je těsně spojena s osobou zpravodaje, redaktora, či editora. Právě tyto osoby jsou zodpovědné za to, co se do zpráv dostane, a co ne. Označuje je za tzv. gatekeepery. (Trampota 2006: 38)

„*Pojem ‚gatekeeping‘ (‚hlídání u brány‘) se zhusta používá pro označení procesů, jimiž se při práci v médiích provádí výběr; jedná se především o rozhodování, zdali připustit, aby konkrétní zpráva ‚prošla branou‘ zpravodajského média do zpravodajství.*“ (McQuail 2002: 241)²

„*Ukazuje se, že lidé rozhodující o výběru zpráv mají velmi ustálenou představu o tom, co asi bude publikum zajímat, a tato představa je v rámci jednoho společensko-kulturního uspořádání do značné míry shodná.*“ (Hetherington in McQuail 2002: 241)

² Pojem gatekeeping užil jako první sociální psycholog Kurt Lewin, který zaznamenal, že informace musí projít určitými „vchodovými oblastmi“ (gate areas), kde se pod vlivem různých sil přijímají rozhodnutí. Myšlenku poté do oblasti mediálních studií rozvinul David M. White, když na začátku 50. let 20. století zkoumal rozhodování, které při výběru zpráv činí redaktor přejímající agenturní zpravodajství, a který tedy má vchodové oblasti pod dohledem. Tento redaktor se pak stává „gatekeeperem“ („dveřníkem, vrátným“). (McQuail 2002: 241)

Podle Jana Jiráka a Barbory Köpplové jsou upřednostňované zprávy, které jsou pro příjemce něčím významné (např. politická rozhodnutí), či přitažlivé (např. přítomnost známých osob). Roli hraje i možnost zpracování zprávy, tedy jestli je k dispozici redaktor, a zda bude informace odpovídat vnitřním kvalitativním nárokům média (např. jestli je k dispozici odpovídající obrazový materiál pro televizní vysílání). (Jirák, Köpplová 2007: 76)

Pokud tedy tuto informaci vztáhnou na své téma, dá se předpokládat, že zaměstnanec televize Noe bude vyhledávat témata ke zpracování v souladu s uvědoměním koncepce organizace, pro kterou pracuje. Jak jsem již popsala výše, důležitým faktorem pro výběr informace je také schopnost zprávu zpracovat do předem daného termínu.

Zatímco podle Denise McQuaila se gatekeeping opírá o subjektivní soudy jednotlivce, koncept „zpravodajských hodnot“³ odkazuje k obecně přijatým a ustáleným představám o tom, co bude publikum s ohledem na jeho skutečné zájmy a na základě závažnosti událostí pravděpodobně zajímat. (McQuail 2002: 242)

Podle Waltera Lippmanna jsou zpravodajskými hodnotami jednoznačnost události, překvapivost, prostorová blízkost, osobní zaujetí a konflikt. (Lippmann in Jirák, Köpplová 2007: 77) Lynette Sheridan Burnsová mezi základní zpravodajské hodnoty řadí dopad, časový rozměr, blízkost, konflikt, naléhavost, novost a relativitu. (Burnsová 2004: 63)

„Některé události vyhovují ustáleným a formalizovaným postupům při sběru a zpracování zpráv, jak je provozují zpravodajské mediální organizace, a bez ohledu na svou závažnost mají tedy větší naději než jiné události, že se stanou zprávami.“ (McQuail 2002: 242)

1.1.2. Zdroje informací

„Vztah zdroje a novináře se typicky vyvíjí prostřednictvím strukturovaných interakcí – interakčních vzorců, které jsou tvarovány a ovlivněny silami požadavků vyplývajících z jejich rolí.“ (Roth 1998: 101 in Trampota 2006: 84)

³ News values, neboli zpravodajské hodnoty, poprvé použil Walter Lippmann v roce 1922 v knize Public Opinion (Veřejné mínění), když chtěl vysvětlit, co novináři při selekci pouštějí do zpravodajství. (Jirák, Köpplová 2007: 77)

Podle Jaroslava Čuříka musí informace vycházet z důvěryhodných zdrojů a zároveň ani tyto informace samotné nesmí být pouhými spekulacemi. Čuřík za důvěryhodnou informaci považuje takovou, které byl sám novinář svědkem, tu, která pochází z agenturního zpravodajství či relevantních zdrojů (tedy oficiální dokumenty, tiskové zprávy) a také informace z vlastních zdrojů, které žurnalista považuje po předchozí zkušenosti za věrohodné. (Čuřík 2012: 38)

Podle Jana Motala je pro novináře nezbytné si získané informace ověřit, jinak by porušil standardy práce žurnalistů a jeho činnost, při které zasáhl do soukromí jiných osob, by bylo možné vyhodnotit jako protiprávní. (Motal 2012: 37)

„Ve snaze zajistit si včasné, směrodatné a jinak nedostupné informace, a zvláště proto, aby získala náskok před konkurencí, si média pro své vlastní účely vytvářejí kontakty s informovanými lidmi uvnitř institucí i s různými experty.“ (McQuail 2002: 252)

Podle Trampoty se informace mohou od zdrojů k redaktorům dostávat různými způsoby. (Trampota 2006: 84) Podle Leona Sigala existují tři základní typy komunikačních kanálů: rutinní, neformální a iniciované. (Sigal in Trampota 2006: 84) Největší množství informací přichází k redaktorům přes rutinní kanály. Jde o oficiální jednání, jako jsou soudní jednání a tiskové zprávy. Neformálním typem kanálu je myšlen únik informací, nevládní prohlášení, či rozhovor s jiným reportérem. Do iniciovaných zdrojů patří aktivní činnost reportéra samotného, tedy jeho vlastní analýzy, jím iniciované rozhovory a spontánní události. (tamtéž: 84)

„Nutnost kontinuální produkce zpráv znamená, že jako informanti jsou vyhledávány především takové osoby a instituce, o nichž je známo, že produkují nebo vlastní takové informace, o kterých stojí za to referovat.“ (Kunczik 1995: 132)

Podle Trampoty mají do zpravodajských obsahů snadnější přístup institucionální zdroje. Mnoho zájmových a nátlakových společenství se podle něj ale institucionalizovalo a nyní používají propracované strategie, jak své informace do médií dostat. (Trampota 2006: 85)

„Značný díl zpravodajských materiálů přichází do médií díky službám zpravodajských agentur (jako je třeba Česká tisková kancelář, Reuters, Associated

Press či *Visnews*). Agentury nabízejí zpravodajské materiály jako placenou službu.“ (Burton, Jirák 2001: 238)

Podle McQuaila je dalším zdrojem informací média jiné médium. „(...) *média si v nesčetných kombinacích a permutacích slouží jako zdroj navzájem.*“ (McQuail 2002: 252)

1.1.3. Tvorba mediálního obsahu

„Novináři sice nerozhodují vždy sami o tom, co se dostane a nedostane na veřejnost, ale vždy mají kontrolu nad informacemi, které přinášejí.“ (Burnsová 2004: 80)

Po výběru tématu a získání informací ze zdrojů přichází na řadu tvorba mediálního obsahu. *„To, co bylo zjištěno při rešerši, musí dostat formu, která odpovídá novinářskému žánru a médiu, pro které příspěvek vzniká.“* (Ruß-Mohl 2005: 127) Důležitý je také čas a prostor, který na příspěvek redaktor má. Pro mou práci je relevantní tvorba mediálního produktu pro televizní vysílání, i když tedy literatura častěji pojednává o postupech pro tištěná média, budu se snažit zmapovat obecná východiska. Výsledný mediální produkt závisí právě na tom, které komunikační médium jej zprostředkuje.

„Audiovizuálnost je fundamentálním principem televizního vysílání, a je tudíž jako taková organickou složkou každé zprávy vysílané v televizi, ať už je to pouze slovní sdělení tlumočené moderátorem, samostatná obrazová informace, psaný text či jiný zpravodajský produkt, na jehož dešifrování se podílí zrak i sluch.“ (Osvaldová 2011: 83) *„Pro audiovizuální komunikaci je specifické, že jsou současně oslovovány dva naše smysly, sluch i zrak, které se mohou v ideálním případě (u televize) doplňovat.“* (Ruß-Mohl, Bakičová 2005: 142)

Základní jednotkou televizního zpravodajství je zpráva. Televizní zpráva je chápána jako věcná, pohotová, stručná, přesná informace o společensky důležitých, zajímavých nebo významných událostech, zaznamenaných v jejich audiovizuální syntetické podobě. (Osvaldová 2011: 83)

„Ve zpravodajství má televize tendenci preferovat takové zprávy, k nimž je k dispozici atraktivní obrazová složka, popř. si tuto složku dotvářet ilustračními záběry (jež fakticky nemají povahu zprávy, vždyť nejsou v žádném věcném vztahu

k ‚zobrazované‘ události), případně si vypomáhat počítačovými animacemi schematicky předvádějícími např. pravděpodobný průběh nehody, trasu, po níž utíkal pachatel trestného činu nebo graficky zpracovaný vývoj inflace či měnového kurzu.“ (Jirák, Köpplová 2015: 239)

Podle Barbory Osvaldové lze výrazové a vyjadřovací prostředky použité při práci redaktora televizního zpravodajství rozdělit na složku **obrazovou a zvukovou**. Tradiční druhy televizního přenosu používají z obrazové složky živé vysílání ze studia, přímé přenosy, film, video, fotografie, dekorace a psaný text v různých podobách, počítačovou grafiku či nejnověji internetové formy videa. Zvuková forma je zastoupena čteným textem ve formě komentáře, synchronní výpovědí jako monologem nebo dialogem v rozhovoru, „stand-upem“⁴, asynchronními promluvami s reálnými ruchy prostředí, případně hudbou a tichem. (Osvaldová 2011: 74)

Podle Osvaldové se od zpravodajského příspěvku určeného pro televizi vyžaduje, aby byl stručný, věcný, hutný, jasný a přesný. Průměrná stopáž příspěvku se pohybuje okolo 1 minuty a 30 sekund, mnohdy ale jde o příspěvky kratší. (Osvaldová 2011: 77)

„Každá postprodukce začíná ‚nabráním‘ AV⁵ materiálu ve střižně. Dříve to byl proces vyvolání filmu a jeho expozice, kde začínala postprodukce. Dalším základním krokem byl a je stříh (odborně označovaný jako interval mezi záběry) pořízeného materiálu.“ (Motal 2012: 160)

„Určujícím znakem audiovizuálního vyjadřování je změna a pohyb zachycený v časovém úseku záběru.“ (Osvaldová 2011: 74) Podle Osvaldové tvoří záběr základní stavební jednotku obrazu a je nositelem jeho obsahového významu. (tamtéž: 74) Na stříhu se většinou podílí také sám redaktor a musí se držet předem promyšlené struktury. Stříh materiálu je důležitý pro vytvoření souvislého vjemu z jednotlivých záběrů a pro rekonstrukci průběhu události.

Podle Trampoty je zjevné, že i když je hlavní funkcí zpravodajství přinášet nové informace, s opakující se pravidelností se objevuje omezené množství typů zpráv

⁴ Stand-up je záběr užívaný v televizní žurnalistice, při němž reportér stojí v exteriéru s mikrofonem v ruce (zpravidla při tvorbě reportáže) a hovoří přímo do kamery. Často se jedná o poslední záběr televizní zprávy, v němž autor oznámí i své jméno a rozloučí se. (Osvaldová, Halada 2017: 231)

⁵ [audiovizuálního]

a vzorců jejich časového zakotvení. Na základě tohoto zjištění vzniká typologie událostí a zpráv. Mezi ty nejfrekventovanější patří typologie podle tematického zaměření událostí. (Trampota 2006: 29) Jiráček s Köpplovou rozlišují zpravodajské příspěvky do šesti základních a převažujících oblastí: politika, ekonomika, zahraničí, zprávy z domova, zprávy z kultury a sport. Tematické oblasti zpravodajství jsou výsledkem postupného ustavování a dlouhého vývoje. (Jiráček, Köpplová 2007: 122)

1.1.4. Organizace práce v redakci

„Základní fungování redakcí je podobné bez ohledu na druh a velikost média (noviny, zpravodajské servery, televize, rozhlas, lokální, regionální, celostátní). Výkonnou silou jsou vždy redaktori – konkrétní redakce se ovšem liší svou strukturou organizací.“ (Čuřík 2012: 155)

Redakce je částí organizační struktury jakéhokoli mediálního podniku, která se soustředí na novinářskou práci. To také potvrzují Stephan Ruß-Mohl a Hana Bakičová: *„V dobře vedených mediálních firmách se těší relativně velké autonomii. Platí totiž, že jenom tam, kde je zaručena redakční nezávislost, je redakce důvěryhodná a může zastupovat zájmy publika – tedy čtenářů, posluchačů, nebo diváků.“ (Ruß-Mohl, Bakičová 2005: 152)*

Podle Ruß-Mohla stojí na špičce mediálního podniku vedoucí vydavatelství nebo ředitel. Níže je pozice šéfredaktora, která ovšem dnes funguje spíše jako spojnice mezi redakcí a vydavatelstvím. Samotná redakce se pak dělí na jednotlivá oddělení (domácí, zahraniční, ekonomické, kulturní, sportovní atd.). (tamtéž: 153) *„Klíčovou osobou většinou bývá editor. Ten se více než o obsahové otázky stará především o koordinaci jednotlivých témat a redakcí a o jejich spolupráci v běhu každodenní produkce.“ (tamtéž: 198)*

Trampota rozlišuje tři základní úrovně hierarchie v mediálních organizacích: vrcholný management (vydavatel), střední management (tedy šéfredaktor, editor, manažer inzerce) a přední linie (redaktori, kameramani). (Trampota 2006: 53)

Kunczik vysvětluje, že uvnitř médií dochází k nevyužívání potenciálu novinářů, protože lépe placené pozice na špičce mediální organizace charakterizují spíše úlohy správní a kontrolní. *„Dobří žurnalisté jsou mnohdy na základě svých žurnalistických výsledků povyšováni do pozic, ve kterých své žurnalistické schopnosti už skoro neuplatní.“ (Kunczik 1995: 65)*

„Pro veškerou produkci médií je příznačné, že jde o týmovou práci a že členové týmu mají ve výrobě mediálního produktu specializované úlohy.“ (Burton, Jirák 2001: 106) Důsledkem dělby práce a této specializace je třeba skutečnost, že se tím posilují zažitá pracovní postupy.

Zároveň ale můžeme říct, že tito specializovaní pracovníci musí stále pracovat společně, a tedy mediální komunikace je do značné míry produkována kolektivně. Tyto mediální výstupy jsou výsledkem kompromisního názoru či shody. (tamtéž: 106)

Klíčovým prostředkem ke sjednocení práce jsou také jednotlivé redakční porady. V redakcích menších se jich obvykle účastní všichni členové, zatímco ve větších obvykle jen vedoucí jednotlivých odborných redakcí. (Ruß-Mohl, Bakičová 2005: 203)

Co se obvykle na poradách děje, shrnuje Stephan Ruß-Mohl: *„Jsou plánována témata, rozdělovány úkoly a je koordinována práce, mj. s cílem zabránit zdvojenému zpracovávání témat. Jsou domlouvány hlavní články a témata v jednotlivých číslech, příležitostně je také podrobněji objasněn jejich obsah. V dobře vedených redakcích je povinnou součástí agendy kritika programu nebo u tištěných médií obsahu čísla.“* (Ruß-Mohl, Bakičová 2005: 203)

Důležitou součástí práce redakce jsou uzávěrky, jejichž nepostradatelnou funkci jsem již popsala na začátku této kapitoly. *„V televizní a rozhlasové produkci jsou stanoveny uzávěrky proto, aby bylo možné naplánované pořady zařadit do vysílání.“* (Burton, Jirák 2001: 104) Podle Osvaldové a Halady se uzávěrky liší pro každý typ média podle aktuálnosti a obtížnosti dodatečného technického zpracování. *„Tiskové agentury a nová média předávají informace průběžně, takže pracují tzv. bez uzávěrky.“* (Halada, Osvaldová 2017: 256)

1.1.5. Nové technologie televizního zpravodajství

„Rychlou nabídku mediálních produktů zajišťuje možnost digitalizace jakéhokoli obrazového či jazykového sdělení a možnost jeho přenosu pomocí satelitního či internetového spojení prakticky z libovolného místa na zeměkouli na jiné libovolné místo.“ (Jirák, Köpplová 2007: 196)

Trampota popisuje, že zvyšující se dokonalost technologie spolu s miniaturizací zařízení a snižováním ceny umožnily sběr informací o událostech i lidem mimo

zpravodajské organizace. U výjimečných a neočekávaných událostí tak jsou běžně využívány i amatérské záběry s technicky nižší kvalitou záznamu. (Trampota 2006: 182)

Podle Osvaldové je vývoj televizního zpravodajství a celého televizního vysílání spjatý s neustálými technologickými změnami v oblasti informačních technologií a elektroniky. (Osvaldová 2011: 88) *„Rychle po sobě následující aplikace nových technických principů záznamu a zpracování obrazového a zvukového signálu v posledních desetiletích výrazně poznamenaly všechny realizační fáze televizní zpravodajské produkce a zásadně ovlivnily tvůrčí metody vlastní žurnalistické práce.“* (tamtéž: 88-89)

Technologie přispěly k proměně zpravodajství podle Burtona a Jiráka mnohými způsoby. *„Nástup elektronického sběru dat prostřednictvím Internetu, elektronické pošty, videonahrávek a satelitního přenosu z místa konání do redakce posílil důraz na novost zprávy. Pokud jde o televizi (a fotografie v tištěných médiích), posílil také důraz na vizuální, obrazovou složku sdělení.“* (Burton, Jirák 2001: 257)

Nové technologie proměnily také práci v redakcích. *„V televizích se prosazují počítačem řízená studia, což vede ke snížení počtu zaměstnanců. Kamery je možné ovládat z režijního pultu, příspěvky dokáže vkládat do odbavovaného signálu počítačový program a obrazové korekce (nasvícení studia či nastavení kamer) také zvládne počítač.“* (tamtéž: 258)

Podle Burtona a Jiráka dnes pracovní postupy závisejí na tom, co nová technologie umožňuje, dovoluje a k čemu vede, či přímo nutí. Elektronické zpracování vedlo k posunu uzávěrek u deníků. Je-li třeba, stačí mít zprávu pro televizní zpravodajství hotovou dvě minuty před vysláním, a technologie vedou také k průběžné, otevřené komunikaci – například při telefonickém hlasování v průběhu pořadu. Díky novým technologiím také vznikají nové mediální výrobky. Častokrát se může jednat o elektronické podoby již existujících médií (například deníky „vystavené“ na internetu), média vycházející z existujících titulů (například iDNES, TN.cz), nové tituly představující elektronické obohacení celkové nabídky „tradičních“ médií (například InZine, Britské listy, či Neviditelný pes), či zcela nové typy mediovaných sdělení (diskuzní kluby, internetové konference apod.). (tamtéž: 107)

Podle Osvaldové nové technologie znamenaly sice konec původních žánrových forem televizní zprávy, na straně druhé ale těsněji sblížily produkci televizních zpráv s jinými médii (jde například o tiskové a obrazové agentury, internet a internetové mutace tištěných médií) a novými komunikačními prostředky a sítěmi (Skype, YouTube, Facebook, atd.) (Osvaldová 2011: 84)

1.2. Nekomerční televizní médium

„Mediální organizace pracuje také pod vlivem rozličných vnějších tlaků, mezi nimiž hrají nejvýznačnější místo vztahy ke klientům (inzerentům), ke zdrojům a k publiku, jakož i ke konkurentům a také ke společnosti, v níž působí, tedy k celku, reprezentovanému především přijímanou mediální legislativou a regulačními opatřeními vůči médiím.“ (Jirák, Köpplová 2007: 79)

Podle Jiráka a Köpplové je nesporné, že povaha vlastnických vztahů je důležitým faktorem, který ovlivňuje mediální produkci. Rozlišují tyto typy vlastnictví: **soukromě vlastněné mediální organizace, státní média, média veřejné služby a komunitní média**. V tuzemském prostředí dominují soukromá média, která jsou určena ke generování zisku, zároveň ale i některá komunitní média mohou mít právní status soukromého podniku. (Jirák, Köpplová 2009: 146) Ke komunitním médiím můžeme zařadit právě i televizi Noe, protože je jejím záměrem naplňovat určitý skupinový zájem, kterým je nekomerční křesťanské vysílání.

Vzniku televize předcházelo založení nadace pro podporu vzdělávání a výchovy mládeže. Televize Noe vznikla v květnu roku 2006 v Ostravě a doposud je jedinou televizí zaměřující se na křesťanskou a církevní tematiku na území České republiky. Její program sestává z pořadů aktuálních i archivních, zpravodajské relace a živého vysílání a je určen pro celou rodinu. Ve vysílání dostávají také prostor církev, neziskové a veřejně prospěšné organizace. V začátcích televize Noe vysílala pouze deset hodin denně, postupně bylo vysílání prodlouženo na současných 24 hodin.

Program TV Noe se neliší od jiných stanic jen tematicky, ale také z pohledu inzerce. Společnost je nekomerčním subjektem a nepočítá s vysíláním reklamy. Vysílání televize Noe závisí pouze na spolupráci dárců, tedy diváků, kteří finančními dary vysílání podporují. (blíže viz Příloha 1) Tím se oprošťuje od jakýchkoli tlaků ve vztazích k inzerentům. Na několika úrovních spolupracuje televize Noe také s jinými televizemi obdobného zaměření ve světě – například se slovenskou TV Lux, která

vznikla o dva roky později, či svým vatikánským vzorem Telepace. Do jisté míry je program televize Noe komplementární s vysíláním Radia Proglas, které sídlí ve stejné budově.

2. Metodologie

2.1. Vymezení cíle výzkumu a výzkumné otázky

Jako cíl své bakalářské diplomové práce jsem si stanovila zjistit, jaké mediální rutiny a stereotypy se vyskytují v každodenní práci redakce televize Noe, a také jak se tyto rutiny promítají do jejich každodenní činnosti.

Hlavní výzkumnou otázkou se ptám, *jaké mediální rutiny se uplatňují ve zpravodajství Televize Noe?* V práci se také zaměřuji na běžný každodenní chod redakce. Mezi dílčí výzkumné otázky jsem proto zařadila také dotazy: *Jak vypadá běžný pracovní den v redakci Televize Noe? Jaké postupy uplatňují redaktori při výběru zdroje informací a témat?*

Ve výsledcích této práce bude zohledněn také fakt, že jsem v redakci televize Noe absolvovala jednu ze svých žurnalistických praxí během bakalářského studia, a měla jsem tedy možnost vidět různorodost práce v této redakci. V praxi jsem se seznámila s prací technika připravujícího nové vysílací studio, s přípravou tištěného zpravodaje a s živým celodenním vysíláním při připomínce srpnového výročí, včetně jeho přípravy.

2.2. Kvalitativní výzkum

Dosažení výše vytyčeného cíle nejlépe dosáhnu aplikací kvalitativního výzkumu. Preferovala jsem kvalitativní výzkum před kvantitativním, protože vzorek dotazovaných nebude tak široký, a proto není možné aplikovat kvantitativní přístup. Jak říká Renáta Sedláková: *„kvalitativní šetření se soustředí na jednotlivé jevy, jedince, či případy a snaží se o nich vypovídat co nejpodrobněji.“* (Sedláková 2014: 49)

„Předmětem kvalitativní metodologie je studium běžného, každodenního života lidí v jejich přirozených podmínkách,“ (Petrušek 1993: 129) Podle Sedlákové je vysvětlením zkoumání sociální reality z pohledu samotných aktérů, v kontextu jejich života, jejich vlastním jazykem a v předem nestrukturovaných interpretacích. *„Kvalitativní výzkumy pracují s měkkými daty, jež mají zpravidla podobu dlouhých slovních výpovědí či zápisů nebo vyobrazení.“* (Sedláková 2014: 51)

Kvalitativní výzkum pracuje s omezeným počtem jedinců, obvykle na jednom místě, proto (na rozdíl od kvantitativního výzkumu) vznikají obtíže se zobecňováním

výsledků. (Hendl 2005: 52) Jeho výhodou je ale získání hloubkového popisu případů. „Kvalitativní výzkum poskytuje podrobné informace, proč se daný fenomén objevil.“ (Hendl 2005: 53)

Sedláková popisuje snahy kvalitativního výzkumníka obsáhnout jev podrobněji v celé šíři jeho rozsahu a působení, uchopit zkoumaný jev komplexně a zohlednit přitom i jeho kontext. (Sedláková 2014: 51)

2.3. Metoda a technika výzkumu

Jak jsem již zmínila, k získání co nejpřesnějších informací použiji ve své práci techniku polostrukturovaného rozhovoru s vybranými respondenty. Právě polostrukturované, nebo též semistrukturované či řízené rozhovory, jsou podle Sedlákové nejčastěji využívanou technikou kvalitativní formy dotazování. (Sedláková 2014: 211) Respondenty pak nazýváme informanty, či komunikačními partnery. (tamtéž: 207) „*Polostrukturovaný rozhovor bývá považován za optimální způsob získávání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení.*“ (tamtéž: 211)

„*Rozhovor není neutrálním nástrojem sběru dat, ale aktivní interakcí mezi výzkumníkem a informantem, při němž dochází k produkci významů.*“ (Silverman in Sedláková 2014: 208) I pro tyto rozhovory si musí tazatel připravit seznam otázek, a proto jsou někdy označovány jako rozhovory s návodem. (Sedláková 2014: 211) „*Návod k rozhovoru představuje seznam otázek nebo témat, jež je nutné v rámci interview probrat.*“ (Hendl 2005: 174) Zároveň ale podrobná příprava soupisu otázek nebrání tazateli v průběhu rozhovoru dotaz přeformulovat či doplnit další. (Sedláková 2014: 211) Rozlišujeme tedy otázky primární, předem připravené, a sekundární neboli sondážní, které vznikají při rozhovoru, jejichž cílem je doplnit, co již zaznělo, nebo podnítit informanta k další výpovědi. (tamtéž: 211) Polostrukturovaný rozhovor dává tazateli možnost co nejvýhodněji využít čas k interview. Také umožňuje provést rozhovory s několika lidmi strukturovaněji a ulehčuje srovnání těchto rozhovorů. (Hendl 2005: 174)

Podle Sedlákové platí, že připravované otázky, které tazatel pokládá informantovi, nemají být shodné s otázkami výzkumnými, protože na ně odpovídá výzkumník v závěrečné zprávě svého šetření. (Sedláková 2014: 209) Po sběru dat skrze

polostrukturované rozhovory výzkumník přepíše výpovědi informantů. Před samotnou analýzou tazatel posoudí, které výpovědi jsou pro jeho výzkum relevantní.

3. Analytická část

V analytické části se již zaměřím na samotnou analýzu uskutečněných polostrukturovaných rozhovorů. Tato část bude strukturována podle východisek, která jsem zmínila v části teoretické. Analýza se bude zabývat výběrem témat, zdroji informací, tvorbou mediálního obsahu, organizací práce v redakci televize Noe a také se zaměřím na nové technologie, které televize využívá.

3.1. Výběr výzkumného vzorku

Jako respondenti byli vybráni tři členové redakce, kteří doposud v televizi Noe působí. Již od vzniku televize v roce 2006 je jejím ředitelem Leoš Ryška, může tedy popsat důvody k zahájení vysílání, popsat jeho vedoucí pozici, a také pozici televize Noe na českém mediálním trhu. Druhou dotazovanou byla Radka Owsianková, která má na starosti vysílání Živě s Noe. Televize Noe připravuje pro své přispěvatele také třikrát ročně tištěný Zpravodaj, na kterém se podílí redaktorka Taťána Popková, která byla mojí poslední respondentkou. Zároveň má na starosti přípravu zpravodajské relace Noeviny.

Celkem tedy proběhly tři polostrukturované rozhovory. Vzhledem k epidemiologickým doporučením a vládním omezením, která trvala během psaní mé bakalářské práce, se všechny rozhovory s respondenty uskutečnily přes telefonický hovor. Respondentů jsem se ptala na běžný stav fungování redakce, častokrát ale při odpovědích došlo na porovnání s již zmíněným aktuálním stavem. Rozhovory byly provedeny v dubnu 2020.

3.2. Medailonky respondentů

Leoš Ryška – ředitel TV Noe, režisér, kameraman

Televizi Noe založil společně s Martinem Holíkem, ředitelem Radia Proglas, v roce 2006. Na pozici ředitele televize je od samého začátku vysílání. Studoval na Vyšší odborné škole filmové ve Zlíně. Podílí se na misijních výpravách a jejich dokumentaci. Kromě vedení televize Noe se věnuje výrobě dokumentů a vzdělávacích pořadů. Zároveň působí jako kněz v římskokatolické farnosti v Ostravě-Heřmanicích.

Radka Owsianková – redaktorka živého vysílání Živě s Noe.

Pro televizi Noe pracuje už třetím rokem, je součástí redakce každodenního živého vysílání Živě s Noe. Před nástupem do TV Noe dělala PR pro neziskové organizace. Podílí se také na tištěném Zpravodaji, který vychází třikrát ročně. Součástí její pracovní pozice je tvorba kalendária s následujícími událostmi k medializaci, podpora moderátorů a příprava scénářů dne.

Tat'ána Popková – redaktorka zpravodajské relace Noeviny

Vystudovala žurnalistiku na Univerzitě Karlově, pracovala v Československém rozhlasu Ostrava, věnovala se kulturnímu zpravodajství. Poté pracovala v ostravské televizi, vydávala kulturně-společenský časopis Zase-to. V televizi Noe systematicky pracuje od roku 2011, přispívá do ní ale už od roku 2008. Má zde na starosti zpravodajskou relaci Noeviny a také přispívá do tištěného Zpravodaje.

3.3. Výběr témat

3.3.1. Proces výběru témat

Výběr témat je pro televizi Noe stěžejní. Na výběru témat se podílí redakce konkrétního pořadu, v ojedinělých případech zasahuje do programu také vedení. Jak jsem popsala výše (viz kapitolu 1.1.1), výběr témat závisí na tzv. gatekeeperech, kteří témata vyhledávají v souladu s uvědoměním koncepce organizace, pro kterou pracují. Vzhledem k tomu, že se televize Noe prezentuje jako televize dobrých zpráv, měli by tedy redaktoři volit témata „povzbudivá“.

Škála pořadů televize Noe je široká. Podle ředitele Leoše Ryšky tvoří duchovní obsah téměř 15 procent vysílání, mezi další pořady patří zpravodajská relace, živé vysílání a přenosy a různě zaměřené magazíny. „*Snažíme se být televizí pro všechny věkové kategorie, a také se snažíme, abychom měli hodně široký záběr.*“ (Ryška, 11) O tématech nových pořadů také nerozhoduje jedna osoba. Tvůrci se dvakrát v měsíci scházejí, aby společně své návrhy probrali.

V redakci živého vysílání Živě s Noe má konečné slovo při schvalování témat šéfredaktor, určité oblasti schvaluje podle Radky Owsiankové vedení. Výběr témat ale nezávisí na jednotlivci. „*Máme redakci, ale scházíme se i v širší redakční radě, kde jsou i moderátoři, kreativci, dramaturgové, vlastně je to nějaký otevřený prostor, takže tam je možnost nanést širší nebo celodenní témata měsíc dopředu, případně věci, které je třeba medializovat, koncerty, festivaly a podobně. Je to jakýsi brainstorming, probíráme*

nejen to, co je zajímavé, ale i to, kdo nás oslovil, sem chodí i vedení, které nás upozorňuje, co je ještě třeba tím vysíláním protáhnout.“ (Owsianková, 8) Z nápadů, které navrhli účastníci širší redakce na schůzi, poté vybírají redaktoři témata, se kterými budou pracovat.

Pořady Živě s Noe mají celodenní témata zřídka, podle Owsiankové je cílem živého vysílání plnit spíše funkci průvodce celým dnem. „(...) jde spíš o to, provázet diváky v průběhu dne. Takže se to rozpadá do myšlenky být společníkem lidí, cílové většinové skupiny.“ (Owsianková, 7)

Témata zpravodajské relace Noeviny vycházejí z křesťanských základů. Proces jejich výběru má na starosti redaktorka Taťána Popková. Podle Popkové se do vysílání vybírají ale i jiné dobré zprávy než ty s křesťanskou tematikou. „Vychází to z toho, že je televize Noe televizí dobrých zpráv, křesťanskou televizí, potažmo katolickou televizí, takže to těžiště je v tom křesťanském nebo církevním světě, přece jenom s akcentem na svět katolický, takže tam jsou pravidelně příspěvky z Vatikánu.“ (Popková, 5)

Kritéria výběru témat podle hesla televize Noe potvrzuje i Radka Owsianková. „Můžeme říct, že jde o nahlédnutí do křesťanského života, což v ostatních médiích je v menší nebo žádné formě. Snažíme se dávat do popředí zprávy povzbudivé, protože těmi špatnými jsou diváci zahlceni. (...) Snažíme se připomenout liturgické dny, propojovat různé pořady, propagovat a motivovat ke sledování nových pořadů a vysílání, ty, které v následujících časech, dnech poběží. Také se snažíme diváka vtáhnout do příprav toho natáčení, když se něco chystá, nechat je nahlédnout pod pokličku, reflektovat apoštolské cesty, reflektovat události z různých křesťanských denominací, ze společnosti. Přinášet řešerše spřátelených periodik, webových portálů...“ (Owsianková, 7)

Výpovědi obou redaktorek se shodují v tom, že by témata měla být originální, tedy mělo by jít o informace, které jiná média nezpracovala. S aktuálností ale může pracovat pouze pořad Živě s Noe, který je vysílán třikrát denně. Jak potvrdila Popková, zpravodajská relace je předtáčena několik hodin dopředu a témata jsou připravována večer před natáčením.

3.3.2. Náměty na témata od televizních diváků

Jak jsem již zmínila v teoretické části, jedná se o nekomerční televizi. Jsou to tedy diváci, kdo financuje provoz televize Noe, i proto při výběru témat redaktoři

zohledňují zpětnou vazbu svých sledujících. „Přicházejí náměty na hlavní e-mailovou adresu televize Noe a tyto náměty jsou nám přeposílány, připomínky, prostě cokoliv, a my se nějakým způsobem na poradách k tomu postavíme, probereme to. Každopádně odepisujeme, dáváme divákům zpětnou vazbu, ať mají odpověď. Pracujeme s jejich náměty, určitě.“ (Owsianková, 10) Podle Ryšky to jsou hlavně diváci, kteří určují, jaká témata je zajímají a jaké pořady by v televizi chtěli sledovat. „Jsme samozřejmě svobodní, nikdo nás neovlivňuje, protože je to na nás, na našich divácích, ti si vlastně určují, co chtějí a nechtějí vidět.“ (Ryška, 4)

3.3.3. Světová vs. tuzemská témata

V teoretické části jsem zmiňovala, že podle Jana Jiráka a Barbory Köpplové jsou upřednostňované zprávy, které jsou pro příjemce něčím významné, či přitažlivé. Vzhledem k faktu, že se televize Noe zabývá z větší části než jiná média křesťanskou tematikou, jedním z témat, kterými se redakce opakovaně zabývá, je osoba papeže, jako hlavy katolické církve a dění ve Vatikánu. Podle Taťány Popkové zpracovává zpravodajská relace mezi světovými tématy hlavně příspěvky o dění ve Vatikánu. „V podstatě příspěvky z Vatikánu, což je z 99 procent papež, jinak pomoc migrantům a podobně, jsou velmi světové příspěvky, a kromě toho tam máme v krátkých zprávách také rubriku Ze zahraničí, ale je pravda, že někdy to jsou i takové ze Slovenska, z Polska, ze spřátelených zemí, takže spíše takové detailní pohledy než světodějné. Pokud se bavíme o těch přímo světových, tak spíše jde o příspěvky o papeži.“ (Popková, 6) Noeviny běžně věnují těmto tématům z celkových dvaceti minut vysílání asi 3 až 5 minut času relace.

Celkově se televize Noe zabývá děním okolo hlavy církve několikrát v týdnu. Kromě vysílání papežských audiencí ve středu a v neděli jsou přenášeny také mše svaté z Vatikánu. „Když se něco pěkného děje ve světě, tak se na to snažíme reagovat. Ne vždy se to podaří, ale co nejvíc děláme a nikdo jiný to nedělá, tak se snažíme být hlasem papeže Františka. On je člověkem, který ví, co chce, má dobré postřehy, cestuje, riskuje, usmiřuje lidi, etnika, to je, myslím, správný hlas dnešní doby, během jeho cest ho doprovázíme.“ (Ryška, 15)

Četnost světových a tuzemských témat ale není nijak zprůměrována a měřena ve vysílání Živě s Noe. Jak popisuje redaktorka Radka Owsianková: „Snažíme se zachovat režim půlkulatých, kulatých výročí ať světových, nebo domácích. Není to nějakým

způsobem poměřováno, spíš jde o to, jestli je to pro nás zajímavé. Jestli jsme o tom v nějaké míře už hovořili, jestli o tom chceme dát více vědět, protože je to z našeho pohledu třeba žádoucí, nebo chceme nabídnout i jiné způsoby přemýšlení o tom tématu.“ (Owsianková, 11)

3.4. Zdroje informací

Pro sběr informací jsou důležitým faktorem informační zdroje. V práci redaktora hrají neodmyslitelnou roli a výjimkou není ani televize Noe. Pro výběr zdrojů informací je důležitý také fakt, že se televize snaží zaměřovat zčásti na křesťanské a dobré informace.

Pokud rozdělíme typy komunikačních kanálů podle Leona Sigala na rutinní, neformální a iniciované, jak jsem je zmínila v kapitole 1.1.2, zjistíme, že televize Noe využívá v určité míře zdroje ze všech kategorií. V následujících sekcích objasním, jak často jsou které typy zdrojů informací užívány v redakci televize Noe a jaká kritéria pro informační zdroje platí.

Rutinní

Mezi nejčastěji užívané zdroje pro televizi Noe patří ty rutinní. Všichni tři respondenti se shodují, že jsou redaktory využívány zpravodajské agentury a zpravodajské servery. *„Vatikán přebíráme z agentury Rome Reports a máme spolupracovníky, kteří natáčejí ve farnostech, jsou tam i psané zprávy, které čerpáme zase hlavně z křesťanských webů, čili jinak z katolické církve, jinak z evangelických, ale třeba i když jsou dobré zprávy jinde, tak i jinde.“ (Popková, 9)*

„(...) máme kolegy ve Svaté zemi, tam je televizní společnost u františkánů Santa News, to akorát musíme nadabovat, potom máme přístup do různých zdrojů a bank, setkáváme se na úrovni kontinentální i celosvětové, jsme v organizaci, která sdružuje křesťanské tvůrce, máme tedy možnost si sáhnout na dobré věci a zároveň dáváme my do banky něco, co může někdo použít. Takto jsme propojeni, a to je vlastně velká výhoda. Také Centro Vaticano, tam se soustředí všechny zprávy, jak tištěné, tak rádio, televize. Tam jsme u zdroje a napojeni téměř online.“ (Ryška, 14)

Neformální

Mezi neformální informační zdroje řadíme únik informací, nevládní prohlášení, či rozhovor s jiným reportérem. Spadat sem ale mohou také informace již přejaté z jiných serverů a ty gatekeepeři televize Noe také využívají. „(...) *já konkrétně mám z webových portálů oblíbený iRozhlas.cz, ale jsou to i nějaké církevní weby, pak i kolegové ze zpravodajství využívají Vatican News, Rádio Vaticana, jsou zaměřeni hodně na tuto tematiku.*“ (Owsianková, 12)

Nejčastěji tedy jde o přejaté informace z webových informačních kanálů. „*Také pravidelně poslouchám Český rozhlas, takže pokud tam zaslechnu použitelnou informaci i pro nás, dohledám si ji. Také z charitních webů čerpáme. Diecézní weby a web České biskupské konference také sleduji.*“ (Popková, 21)

Iniciované

Jedním z klíčových faktorů pro vyhledávání informací je vlastní redaktorská činnost. Důležitou roli hraje vlastní síť kontaktů, kterou si redaktoři v průběhu let vytvořili. U zpravodajských Noevin takto funguje skupina externistů, kteří vyhledávají a natáčejí reportáže ze svých lokalit. „*Máme hlavně síť těch spolupracovníků, kteří nám točí reportáže a jinak sami máme vlastnoručně vybudovanou síť, to čerpáme z církevních zdrojů, nebo také charitních a organizací.*“ (Popková, 10)

V redakci živého vysílání původně převládala vize tzv. malých redaktorů, z nichž každý bude rešeršovat určitou oblast a informace z ní přinášet do vysílání. Nyní sice nejsou iniciované zdroje informací příliš časté, síť několika odborníků ale Živě s Noe využívá. „*Občas se naskytne nějaká osobnost, u které víme, že se nějaké oblasti věnuje a že nám dodá informace. Není to systémové, ale jsou nějaké zdroje.*“ (Owsianková, 13)

Kritéria výběru zdrojů

Jak jsem již zmínila v předchozí kapitole o výběru témat, jedním z kritérií také při výběru zdroje je originalita informací. Podle redaktorky Radky Owsiankové nemusí zdroje nutně splňovat podmínku křesťanské tematiky. Jak říká redaktorka Popková: „*(...) nevyhýbáme se žádným dobrým zprávám. Ten akcent tam vychází z principů televize Noe.*“ (Popková, 11) Důležitá je také věrohodnost zdroje. „*Pravidelnými*

rešeršemi člověk vyhodnotí věrohodnost médií. Je to široká škála zdrojů, jak říkám, nejde jen o servery církevní.“ (Owsianková, 12)

3.5. Tvorba mediálního obsahu

Po výběru témat a získání informací ze zdrojů přichází na řadu tvorba mediálního obsahu. Redakce televize Noe se podílí na tvorbě vlastních pořadů, dokumentů, magazínů, živém vysílání a zpravodajské relaci.

Časový harmonogram vysílání

Vysílání televize Noe se z původních deseti hodin denně postupem času prodloužilo na celodenní formát vysílání. *„Program má řád, vysíláme od šesté hodiny ranní do jedné až půl druhé v noci, pak se reprízuji dopolední pořady. (...) Do programu se vstupuje, pokud jsou třeba živé přenosy, ale často dopředu víme, kdy budou.“ (Ryška, 21)*

O tom, jak budou reportáže ve zpravodajské relaci řazeny, rozhoduje redaktorka zpravodajství Taťána Popková. *„Noeviny mají stálé schéma těch dvaceti minut. Na začátku jsou tři upoutávky, tedy nejzajímavější reportáže a pak to má stálé schéma, tedy dvě točené reportáže, což jsou většinou ty z Vatikánu, potom jsou tři psané zprávy ze zahraničí, pak jsou dvě reportáže naše od českých spolupracovníků, pak jsou tři psané zprávy z domova na různá témata, pak jsou dvě reportáže točené od spolupracovníků, potom osm pozvánek dílem z webu, dílem nám je posílají z farností, a podobně. Po osmi pozvánkách je ještě jedna reportáž na závěr.“ (Popková, 15)* Pevné schéma je dáno tím, že pro Noeviny je vytvořena určitá grafika, která podle Popkové ani neposkytuje prostor pro kreativitu, *„protože jde o systém breaků a je prostor pro čtyři fotografie, prostor pro reportáž, pro titulek, takže tou grafikou je to svázané, takže musíme schéma zachovávat. Takže na úvod se snažíme dávat po dvou reportážích z Vatikánu a potom ty další podle toho, co nám připadá nejpodstatnější, nejdůležitější, nejzávažnější, takže se to pak řadí za sebe. Hlavně ty první se snažíme, aby byly významné, třeba vysvěcení oltáře nebo když je velká pouť, mše v pražské katedrále... Klasika, ke konci jsou věci kulturní nebo sportovní, kterých teda není moc.“ (Popková, 15)* Noeviny jsou vysílány dvakrát týdně, v úterý a ve čtvrtek od 19:30. V následujících dnech jsou několikrát reprízovány a v sobotu vysílá televize souhrnný zpravodajský blok z obou relací a pořadu Terra Santa News o dění ve Svaté zemi.

Na tvorbě živého vysílání Živě s Noe se podílí širší redakce pořadu, tedy kromě redaktorek živého vysílání a šéfredaktora jsou to i moderátoři, kreativci, dramaturgové. Během všedního dne je program vysílán třikrát, dvakrát v dopoledních hodinách a jednou v odpoledních. *„Ráno od 9:00 do 9:15 běží čtvrt hodinový vstup, ten byl původně půlhodinový, potom od půl dvanácté do tři čtvrtě na dvanáct, a pak je ve dvě půlhodinový, ten je zvláště pro hosty. (...) V šest hodin je repríza dopoledního vysílání a zhruba v 21:30 bývá sestřih celého dne, a pak ještě v sobotu sestřih toho týdenního vysílání. Má to jakousi hrubou kostru, ale je to proměnlivé.“* (Owsianková, 21) Řazení po sobě jdoucích témat je u pořadu Živě s Noe předem dané. Po třech letech tohoto vysílání se postupným vývojem vysílací časy i řazení témat ustálilo. *„U prvního vstupu je cílem navodit diváka na pohodovou atmosféru, případně na to celodenní téma, to máme podle významu nějaké události. Bývá tam uvedení svátku, kdo má ten den, případně připomenutí nějakého světce, myšlenka dne, standardně v tom bývají protknuty příspěvky a mluvené slovo, hudební klipy, upoutávky, bývá to různé. Může tam být počasí, tipy na zajímavé pořady během dne, upozornění na nějakou změnu ve vysílání, pozvánka na akci, může tam být i telefonický rozhovor. Ten druhý vstup bývá podobný, dříve tam bývalo více hostů, když to bylo půlhodinové, ty upoutávky, pozvánky na akce se můžou promítnout do telefonického rozhovoru. Taky jsme u druhého vstupu zvali kolegy pracovníky z Noe, dramaturgy třeba, aby si sami na ten pořad pozvali diváky, upoutali, nebo ukázali naopak nechali nahlédnout pod pokličku, jak se to dělá. Nebo když vyjíždí štáby, jsou na výjezdech, tak je to také možnost se s nimi spojit, že zrovna teď někde chystají natáčení dejme tomu nějakého koncertu večerního nebo nějakého pořadu někde v Praze, takže taky je to možnost. Třetí vstup je nejčastěji s pozvaným hostem o kulturní události, či k tématu dne.“* (Owsianková, 22)

O konkrétní podobě denního programu v televizi Noe nerozhoduje jednotlivec. Schéma vysílání se vyvíjelo několik let, než bylo ustáleno. Důležitá je ale pro televizi zpětná vazba od diváků. *„Jak jsem říkal, je to hodně o těch divácích, kteří nás vedou, děláme k tomu i dotazníky, pak se nám vrací několik tisíc odpovědí a z toho už se dá krásně vyčíst, co diváci chtějí.“* (Ryška, 22) Podle ředitele Ryšky ale kostra vysílání není úplně neměnná. Programové změny jsou přizpůsobovány konkrétní situaci. *„Programové změny skoro neděláme, současná situace ale přinesla několik větších změn, zařadili jsme do programu více duchovních pořadů, zase jsme se na tom podíleli společně a nedělal to jeden člověk.“* (Ryška, 23) Podle ředitele televize Noe není

jednoduché se rozhodnout pro nový typ pořadu v programu televizního vysílání. Předchází tomu diskuse s dalšími tvůrci pořadů. *„Jako tvůrci se scházíme, dvakrát do měsíce, někdy i častěji, je to 12 až 16 lidí, kteří mají různé nápady, podněty od diváků, a bavíme se o tom společně, takže to není, že bych přišel já a určil. Vždy konzultujeme. Jedna věc je nápad, druhá věc je realizace.“* (Ryška, 13)

Celkový program vysílání je připravován programovou sekci s předstihem pěti týdnů. *„Jinak máme programové oddělení, program se dělá pět týdnů dopředu, potom se to kontroluje, tvůrci se dívají, jestli tam není nějaká chyba, musí to projít okem produkce, já už to dostávám v poslední fázi, jen kontroluji, jestli to sedí. Z mé pozice je tam jen impuls, když je tam hodně repríz, případně máme koncert natočený v lepší kvalitě od tohoto autora... Někteří přišli do Noe postupně, takže nemají až takový přehled, spíš pomáhám radou.“* (Ryška, 22) S podobným předstihem pracuje také redakce živého vysílání. Pět až šest týdnů dopředu jsou v Živě z Noe známa témata, kterým se bude redakce následně věnovat. Prostor pro případné změny je ale podstatný. *„To znamená, že když uvedu příklad, bude sto let od narození Jana Pavla II., tak už víme, že tomu budeme chtít věnovat celý den a budeme chtít někam vyjet. To víme, ale úplně přesně scénář a dramaturgii nevíme, to si režisér dne a dramaturg doladují třeba 14 dnů dopředu. Je tam důležité mít i prostor pro aktuality a změny.“* (Owsianková, 25)

Telefonáty do studia

Součástí živého vysílání jsou také telefonáty diváků do studia. Tato interakce mezi redakcí a diváky se odvíjí od aktuální situace, důležité je také téma rozhovoru. Mnohdy jde o telefonát jako odpověď na soutěžní otázku, ale redakce se nevyhýbá ani osobním zkušenostem diváků k danému tématu. *„Moderátoři jsou povzbuzováni, aby dělali interakci v rámci soutěží, to je jedna z možností. Soutěže jsou vyhlášovány ráno, nebo den předtím, někdy je to otázka na Facebooku, takže soutěže jsou jednou z možností, kdy jednou z platforem, jak reagovat na otázku je telefonát, jinak odpověď z e-mailu, Facebooku. Jsou konkrétní interaktivní díly, ta studia, kde je více možností, to znamená, že jsou moderátorem diváci povzbuzováni, jak třeba prožívají Velikonoce, jak v této době koronavirové slaví třeba Velký pátek, takže na to diváci celkem slyší, hodně reagují a volají do studia. Moderátor to pak okomentuje, vyzve nebo poděkuje.“* (Owsianková, 19)

Atraktivita reportáže a živého vstupu

Měřítka atraktivity reportáže pro diváka jsou v televizi Noe jiná než u jiných komerčních médií. Velkou roli hraje pozitivní zaměření zprávy. Ideální reportáž pro relaci Noeviny by měla splňovat časový limit do dvou a půl minut. *„Hlavním kritériem je, aby to byla dobrá, pozitivní zpráva. To měřítko divácky vděčné poutavosti tam asi není až tak prioritou. Pro zajímavost, jednotlivé reportáže mají od jedné do dvou a půl minut, což máme autory i tak naučené, že nám posílají tyto věci. Z Vatikánu jsou třeba některé promluvy papeže a musí být zkrácené, takže to jsou jen části těch proslavů. Vždy by to tedy mělo být pro diváky zajímavé, ale ne až tak jako na Nově.“* (Popková, 14)

Podle redaktorky Owsiankové se z většiny pořad Živě s Noe vysílá ze studia v Ostravě. Častokrát volí redaktoři možnost přizvat si pro oživení vysílání hosta k aktuálnímu tématu. Pokud je možnost mít hosta ve studiu, jde o vizuálně nejatraktivnější způsob. Ideální živý vstup by měl splňovat několik podmínek. *„Ten živý vstup je nejlepší s hostem ve studiu. To je samozřejmě obrazově nejatraktivnější. Rozhovor by neměl být časově dlouhý, ať je pro diváka únosný, moderátor by měl udržet téma, cíl rozhovoru, protože se stává, že ta osobnost je zajímavá z různých pohledů, ale moderátor s ní komunikuje z důvodu aktuální události, takže divák by se v tom neměl ztratit. Protože nejsme vzdělávací ani publicistický pořad, jde o určitou zjednodušenost, tak aby to bylo pro diváka jasné, ať se nezabředává do nějakých témat, do hloubky, kde už divák o tom neví. Ideálně je to na 2–5 otázek, ideální délka rozhovoru je na těch 3–5 minut, ale je to v závislosti na tématu. V této situaci třeba ale není možné si zvát hosty, tak se délky rozhovorů natahují. V těchto chvílích, aby tam nebyla jen mluvící hlava, se hovory podpoří nějakým videopříspěvkem bez zvuku, to je nejlepší varianta, případně fotografiemi.“* (Owsianková, 15)

Zároveň při živých vstupech může dojít k několika komplikacím, které je potřeba v rychlosti vyřešit. *„Je to o tom, že je to živé, běžně se stává, že tam respondenti jsou v prostředí, kde to jde špatně slyšet, ačkoliv mají pokyny. Nebo se nepodaří dovolat, ačkoli je hovor domluvený a chvíli předtím jsme to ověřili, takže to jsou ty technické věci.“* (Owsianková, 17) Řešení takových problémů je pak z větší části v diki moderátora, který musí urychleně reagovat na vzniklou situaci. Důležité je, aby byl moderátor na vysílání dobře připravený a měl téma dobře nastudované. *„Je to o tom, jak bude moderátor improvizovat a reagovat, někdy se stane, že se nedovoláme, takže*

z režie dostává pokyny „prostě mluv dál“, snažíme se dovolat. Nebo se stane, že to během hovoru spadne, takže musí udělat nějakou vatu, abychom znovu zavolali. Někdy se tedy stane, že se nedovoláme, stane se, že moderátor zapomene, tak je třeba zareagovat, mít něco připravené v záloze, klip, písničku, záleží také, jak je připravený scénář. Někdy je to lehce zaměnitelné za druhou polovinu scénáře, někdy to více drhne v závislosti na té dramaturgii. Stojí to a padá na tom moderátorovi, který to dokáže natáhnout, nebo utáhnout. Ideální je, když moderátor o tom tématu něco ví, a dokáže improvizovat. Nedá se improvizovat, když k tomu člověk nic neví.“ (Owsianková, 18)

Pokud tedy redakce Živě s Noe zvolí živý vstup bez hosta ve studiu, je nutné využít potřebnou techniku pro spojení s hostem. V případě nemožnosti aktuálního spojení s hostem televize Noe používá také předtočené příspěvky, na které ale nemůže moderátor reagovat. *„Je to jen telefonický hovor, který se v režii přepne, to je o technice zvukaře. Samozřejmě se může využít Skype, dá se ten telefonický příspěvek také předtočit, to je další věc, kde se běžně stává, že respondent nemůže být v danou chvíli na telefonu. Takže to předtočíme a živě odvysíláme, nebo se dá předtočit odpovědi, moderátor se živě ptá a pak se pustí ta odpověď v příspěvku, nicméně už tam není možnost živé interakce, té doplňující otázky, což je velké minus. Ideální je, aby při odpovědi moderátor reagoval na ty odpovědi, aby to nebyly jen dopředu položené otázky.“ (Owsianková, 16)*

Postup při neočekávaných událostech

Při neočekávaných událostech je zapotřebí reagovat rychle. Jednou z platforem, kde se může informace dostat okamžitě do vysílání, je pořad Živě s Noe. *„Ačkoli nejde prvoplánově o zpravodajský pořad, nebo vysílací čas, je Živě s Noe jednou z mála možností, kde se dají protáhnout aktuality a dělááme to. V momentě, kdy zaznamenáme mimořádnou událost, a pokud to je jiný kolega než z redakce živého vysílání, tak to okamžitě předáváme nahoru do redakce, kde je režisér toho dne s moderátorem, a snažíme se to hned protáhnout vysíláním. Pokud je to věc, ke které máme nějaké příspěvky z dřívějška, hned v našich archivech hledáme příspěvek a snažíme se to oživit nějakým příběhem, záleží, o jaký typ události a jak významnou událost se jedná, (...).“ (Owsianková, 20)* Jednou z možností, jak rychle na neočekávanou událost při jiných pořadech než Živě s Noe reagovat, je také použití lišty s informací běžící na obrazovce. *„Snažíme se reagovat okamžitě. Máme možnost okamžitě vstoupit do vysílání lištou,*

můžeme vysílání přerušit, může tam vystoupit moderátor. Denně máme několik hodin živého vysílání a každý den má na starost jiný moderátor, takže tento člověk má v podstatě pohotovost. Snažíme se ale lidi nestrašit.“ (Ryška, 18)

Mezi pořady, které se mimořádným událostem věnovat nemohou, je také zpravodajská relace Noeviny. *„Naše zpravodajství není úplně klasické. Je to zpravodajská relace, která se vysílá dvakrát týdně, pak se několikrát reprizuje. Spíše tomu říkám, že jde o pořad zajímavostí než o aktuality, s tím, že se to předtáčí a texty a schéma chystáme v předvečer vysílání, takže relace má velké zpoždění. (...) Jsme tedy schopni zařadit informaci o tom, že někdo zemřel, nebo se něco stane, ale pouze psanou. (...) Noeviny tady plní spíše funkci zpravodajského magazínu.“ (Popková, 12)*

Vysílání z terénu

Televize Noe se kromě tvorby pořadů a vysílání ze studia zaměřuje také na živé přenosy z akcí v terénu. Pro toto živé vysílání je využíván přenosový vůz. *„Jezdíme na místa, kde se něco děje, festival, zakončení, zahájení festivalů, zaměřujeme se na živé přenosy. Vybíráme to, aby to bylo zajímavé, také nechceme dělat něco, co už někdo dělá.“ (Ryška, 12)* Také redaktorka Owsianková potvrzuje, že o některých tématech pořadu Živě s Noe vyjíždí štáb mimo ostravské studio. *„Standardně vysíláme ze studia, ale za některými tématy vyjíždíme do terénu, vysíláme živě z venku, napříč celou republikou. To se domlouvá dopředu se štábem, někým z té redakce, s moderátorem, s kameramanem.“ (Owsianková, 14)*

3.6. Organizace práce v redakci

Jak jsem zmínila v teoretické části své práce, Tomáš Trampota rozlišuje tři základní úrovně hierarchie v mediálních organizacích: vrcholný management (vydavatel), střední management (tedy šéfredaktor, editor) a přední linie (redaktoři, kameramani). Televize Noe má tyto pracovní pozice zastoupeny také. Podle jejího ředitele Leoše Ryšky jsou pracovníci rozděleni do programových sekcí, ze kterých ale není obtížné přejít do sekce jiné. *„Snažíme se také o zastupitelnost, takže jedna produkční nyní dělá na PR oddělení a dělá tištěné věci, grafiku, a podobně. Dá se tedy ze sekcí přecházet, máme i kameramany, kteří se naučili stříh, někteří začali režírovat, ale pokud je potřeba, postaví se za kameru.“ (Ryška, 26)* Počet programových sekcí odpovídá počtu redakčních porad, kterými se budu zabývat. Organizace tedy sestává ze sekce produkční, technické, ekonomické a tvůrčí.

Součástí kolektivu televize Noe jsou také externisté. Podle ředitele Ryšky je takových spolupracovníků na třicet, pokud započítáme také dodavatele reportáží do zpravodajské relace Noeviny. Spolupráce s nimi bývají plánované, proto externisté dopředu vědí, co po nich bude požadováno. *„Pokud nemáme kapacitu, oslovíme externisty k tvorbě dokumentů, nejsou to jen lidé ze zpravodajství.“* (Ryška, 28)

Nejvýše postavenou osobou v celé redakci televize je ředitel Leoš Ryška. Běžné pracovní dny ředitele jsou z větší části podobné, zároveň se ale mohou lehce odlišovat, protože Ryška působí také jako kněz ve farnosti. *„Přicházím do práce kolem deváté hodiny, pak mám schůzky, setkání, obejdu všechna pracoviště, většinou každý něco potřebuje, zaměstnanci se ptají, co a jak. Máme několik druhů porad, pak jsou různé schůzky s lidmi, se kterými spolupracujeme. Pokud můžu, na dvě až tři hodiny se během dne stavím do farnosti, nebo do Don Bosca, kam patřím, kde mám svůj byt. Pak se vracím do práce, a dělám něco tvůrčího, něco, na co potřebuji klid.“* (Ryška, 10) Mimo to je režisérem některých projektů, a tedy i součástí štábu, v němž pomáhá a konzultuje případné problémy. *„Pišu scénáře, články, pošta mi zabere spoustu času, ale je důležitá, protože komunikujeme s těmi lidmi, kteří nás podporují, s diváky, takže komunikuji aspoň to, co mi přepošlou. Pak tedy tvořím, mám rozstříhaných několik dokumentů, vždycky to mám asi tak do té půlnoci.“* (Ryška, 10)

V redakci živého vysílání je na nejvyšší pozici šéfredaktor, každý den má ale na starosti vybraný režisér dne, který společně s moderátorem vysílání tvoří scénář a celý den moderátora vede. Režisérem dne bývá i redaktorka Radka Owsianková. *„Kromě standardní redakční práce se může stát, že máme službu coby režisér dne u moderátora, to znamená, že mu děláme konzultační podporu, oponentní službu, takže mu skládáme scénář, domlouváme hosty a ten den dáváme pokyny do režie, co a jak bude následovat, takže to se týká naší práce také. Souvisí to i s tím, že si musíme chystat příspěvky, zajišťovat techniky, fotografie a podobně, někdy si to i nastříhat v programu.“* (Owsianková, 23) Běžný pracovní den redaktora živého vysílání tedy může být velmi různý. Stálou náplní práce zůstává příprava kalendária s tipy a anotacemi a rešerše při hledání informací pro vysílání. *„Ještě můžeme mít nahoře službu jako redaktor dne, u toho moderátora víceméně jako produkční toho vysílání. Já osobně dávám moderátorům a redaktorům do programu podporu, co se týče aktualit, takže od rána s časovými mezerami dělám rešerše na různých portálech a dávám jim do redakčního systému tipy plus zpracovávám upoutávky na věci, kterých je samozřejmě teď míň, ale*

aspoň se snažím upozornit na to, co se děje v této chvíli v online verzích. Dělán také kalendárium šest týdnů dopředu, z kterého teda oni vycházejí, je to zase jako podpůrný prostředek, mohou a nemusí to využít. Do kalendária zpracovávám i anotace a tipy na odkazy, kde se doberou dobrých informací, tipy na organizace či telefonické rozhovory. V této chvíli připravuji i texty do lišt.“ (Owsianková, 23)

U zpravodajské relace Noeviny není typická hierarchie pozic, protože redakce čítá pouze tři nezbytné členy k vysílání. Důležitou osobou je redaktorka Taťána Popková, jejíž hlavní náplní práce je příprava celého schématu relace. Běžný pracovní den redaktorky zpravodajství je na rozdíl od redaktorky živého vysílání převážně neměnný. „(...) *snažím se připravit na vysílání večer před vysíláním, protože na to mám čas a mám šanci odchytnout ještě poslední aktuality, které se vynoří na webech. Začínám po páté hodině večer, chystám celé schéma, telefonuji s produkčním, který říká, co kdo pošle z našich přispěvatelů, dohledávám psané zprávy většinou na webech, upravuji zprávy z farností, nebo tiskové zprávy, celou tu relaci dávám večer vlastně dohromady. Druhý den ráno dojdu do televize a dodělá se schéma. Přicházejí věci od přispěvatelů, točené reportáže, dáváme je dohromady. K těm příspěvkům z Vatikánu je třeba upravit překlad, připravit to pro moderátora, takže dopoledne ještě věnujeme přípravě. V jednu hodinu přichází moderátor, který už dostane text a mezitím dopoledne technik nasazuje reportáže do grafiky a technicky je upravuje. Do připraveného obrazového schématu čte pak moderátor překlady k reportážím z Vatikánu, čtené zprávy, potom to ještě s technikem zkontrolujeme, zkompletujeme titulky, což vychází asi do třetí hodiny. Poté odcházím.“ (Popková, 17)*

Porady

Jak jsem zmínila již v kapitole 1.1.4, klíčovým prostředkem ke sjednocení práce jsou jednotlivé redakční porady. Těchto porad má televize Noe během pracovního týdne několik a z každé z nich se dělá zápis, který je k dispozici každému z redakce k nahlédnutí.

„Je porada produkční v pondělí dopoledne, produkce dělí práci, shání štáb na projekty, které se natáčejí v tom týdnu, produkční mají otázky na vedení, takže se tam řeší i ekonomické věci. Pak je jednou týdně porada techniků, tam se řeší technické problémy, toho se já neúčastním, ale vždy dělají zápisy, do kterých můžu nahlédnout. Dále máme poradu ekonomickou, tam řešíme, kolik přišlo darů, co se zaplatí

a nezaplatí, tam také zrovna já pokaždé nejsem, ale dělají se z ní výstupy. Máme ale také poradou v pondělí po obědě, která je pro všechny, kteří se zúčastnit chtějí a jsou v domě. Ta trvá necelou hodinu, každý, kdo má něco na srdci, to může tady říct, někoho pochválit, někoho povzbudit, v rychlosti probereme následující týden, aby byli informováni také ostatní. To se sejde okolo třiceti lidí.“ (Ryška, 24)

Jednou měsíčně, podle potřeby častěji, se koná poradna tvůrců pořadů. V rámci možností produkce je také možnost svolat poradou nad konkrétními projekty. „(...) jsou porady programové, kdy se scházejí jednou měsíčně tvůrci, někdy častěji, někdy jde o celodenní porady. A pak jsou ještě porady nad projekty, kdy se sejde štáb, a řešíme věci týkající se konkrétního projektu. Tuto si ale svolává sám produkční podle potřeby.“ (Ryška, 24)

Jak jsem již zmínila na začátku této kapitoly, redakce Noevin sestává pouze ze tří osob, produkčního, technika a redaktorky. Podle Popkové tedy není nutné, aby měl tým vlastní porady. Většinu věcí řeší osobně ve studiu, či telefonicky. „Ten tým je natolik úzký, že porady by byly zbytečné.“ (Popková, 19)

Pro pořad Živě s Noe je nejdůležitější pondělní dopolední poradna, kde se setkává jeho širší redakce, tedy moderátoři, režiséři dne, redaktori, kreativci a případně vedení, pokud je to zapotřebí. „Každý má prostor říct svůj názor, respektive jsou to lidé o různých názorech, někdy tam tedy vyplynou velká témata s předstihem, důležitá výročí, osobnosti nebo události. Je to komunikační kanál, kde se prezentují témata, nebo hosté. Také je to místo, kde se delegují dílčí úkoly a probíhá tam nějaká diskuse, brainstorming.“ (Owsianková, 24) Poté se schází užší redakce živého vysílání, kam patří jen redaktori a šéfredaktor. Aktuálně je tato malá redakce zastoupena dvěma redaktorkami a šéfredaktorem. „Poradu míváme dvakrát týdně, hned po velké poradě v pondělí, kde zpracováváme ty výstupy a my už rozhodneme, co z toho zpracujeme dál, to už je na nás. Zápisy z porady samozřejmě rozesíláme, dáváme je do redakčního systému, který máme v cloudovém prostředí, tak je tam hned vidět, kdo co a jak změnil, online, takže se pak dozvedí ta naše rozhodnutí. Tím, že je to živé vysílání a máme kontakt denně, tak se domlouváme průběžně, protože se toho děje hodně, ale pro takovou tu klidnou část máme ty dvě porady týdně.“ (Owsianková, 24)

Kromě pravidelných porad redakčních sekcí, se všichni zaměstnanci televize Noe schází na poradě kvartální, která slouží zároveň jako teambuilding kolektivu.

„Máme ještě poradou kvartální, tedy jednou za čtvrt roku vyjždíme někam do hor, kde jsme všichni, tedy čtyřicet až padesát lidí. Dopoledne analyzujeme a plánujeme, případně máme několikahodinové školení. Tato porada je dvoudenní, takže večer se třeba slaví narozeniny, je to i o určitém stmelování kolektivu.“ (Ryška, 24)

Hodnocení členů redakce

Hodnocení práce členů redakce je v televizi Noe dvojitý. Prvním typem hodnocení jsou vzájemné pochvaly, připomínky a kritika mezi členy. Jako druhý typ můžeme označit hodnocení práce od instance vyšší k instanci nižší. Oba typy hodnocení se vyskytují napříč všemi sekcemi televize Noe.

V redakci zpravodajské relace Noeviny se první typ hodnocení uplatňuje spíše pro upozornění redaktora na chybu. Druhý typ hodnocení uplatňuje vedení televize vůči redaktorům na poradách. *„Spíše nás hodnotí vedení, že se jim něco nelíbilo, nebo nás chválí, ale pokud jsou nějaké problémy třeba technického rázu, tak těm přispěvatelům píšeme e-mail, nebo jim voláme, v čem byl problém. Spíše tedy řešíme, když nastane problém, jinak všichni vědí, že jsou dobří, takže se nechválíme.“ (Popková, 20)*

U živého vysílání se hodnotí hlavně práce moderátora. První zpětnou vazbu by měl moderátorovi poskytnout režisér dne, protože ten s moderátorem celý den pracuje. Celkové hodnocení pak moderátorovi uděluje šéfredaktor Živě s Noe. Jak popisuje redaktorka Radka Owsianková: *„Z podstaty věci se hodnocení nejvíc týká moderátorů, se kterými pracuje, co se týče vystupování a dramaturgie, šéfredaktor, který k tomu má nejvíc kompetencí. Je tam nějaká individuální práce se zpětnou vazbou. V jeho i naší náplni práce je sledovat, jak to vysílání vypadá, máme přehled, kdo vysílá, kde jsou nějaké chyby, jestli je nějaký progres moderátorů dopředu, jestli je tam stagnace, nebo to upadá. První zpětnou vazbu by měl dávat režisér dne, který s ním ten den vysílá, který mu je oporou ten den. Jinak je to v dikci šéfredaktora.“ (Owsianková, 27)*

Podle ředitele Leoše Ryšky probíhá hodnocení práce členů redakce většinou na společných poradách. Zároveň se k hodnocení může přidat kdokoli ze zaměstnanců a ohodnotit tak své kolegy. Hodnocení se udává také do zápisů z porad, je tedy veřejně dostupné i pro ty, kteří se schůze nezúčastnili. Co se týče zpětné vazby od diváků, ta je členům redakce přeposílána přes redakční systém. *„(...) chválíme stále projekty, zmiňujeme ohlasy, bez toho to nejde, pochvala je potřeba. Také naši diváci nám dávají zpětnou vazbu, a pokud jde o pochvalu, přepošlu to všem poštou. Na poradách tedy*

hodnotím já, ale pak se mohou přidat další, což se také stává. Někdy je potřeba zvládnout komplikovanou návštěvu a postará se o to jeden člověk, tak se i tleská. I to je pak v zápise z porady, který se všem rozesílá.“ (Ryška, 25)

Uzávěrky

Jednou z důležitých mediálních rutin jsou uzávěrky, tedy pevně dané termíny pro dokončení určité práce. Každý pořad televize Noe má své termíny pro dokončení.

U redakce pořadu Živě s Noe souvisí uzávěrky s osobností moderátora. *„Ideální je, když mají hrubý scénář hotový týden dopředu, ale doladuje se to. Stojí to na komunikaci s telefonickými hosty, až dodají materiál, zjistí se, jakou to má stopáž a další možnosti, ilustrační fotografie.“ (Owsianková, 26)* Podle Owsiankové ovšem určitá variabilita v živém vysílání ale existuje, protože se může stát, že bude doručen chybějící příspěvek na poslední chvíli. *„Máme určitý manuál pro toto vysílání, ideální je, když dva dny dopředu je hotovo.“ (Owsianková, 26)*

Podle redaktorky Popkové není u zpravodajské relace problém s dodáním materiálu včas. V deset hodin dopoledne před natáčením už v redakci mívají kompletní materiál k odvysílání. *„V jednu hodinu už je poslední chvíle, ale většinou jsou všichni schopní dodat příspěvky do desíti dopoledne. Psané zprávy už připravuji v ten večer předem, když se stane ještě nějaká aktualita, tak jsme schopni to do těch psaných zpráv vyměnit. Ale ani točící reportéři nejsou tak akční, že by ještě dopoledne volali, že ještě něco rychle natočili.“ (Popková, 18)*

3.7. Nové technologie televizního zpravodajství

Nové technologie jsou v dnešní době nedílnou součástí redakcí. Není tomu jinak ani u televize Noe.

Od začátku vysílání v roce 2006 bylo možné televizi Noe naladit pouze přes satelitní signál nebo přes živé vysílání na webu televize. Později televize vysílala také přes kabelové operátory a přes terestriální vysílání. Od roku 2019 je k dispozici v DVB-T2. *„Dneska už jsme v DVB-T2, to znamená jsme obsazení téměř všude. Do června tohoto roku bychom měli být ve všech domácnostech.“ (Ryška, 3)* Od dubna roku 2019 televize také vysílá v HD rozlišení, pro vysílání mimo studio je využíván přenosový vůz. *„Máme přenosový vůz, ten je v HD TV, pak jsme mohli překlopit vysílání do HD a dnes je vidět, že to bylo dobře.“ (Ryška, 29)*

S vývojem nových technologií v redakci souvisí také rozvoj sociálních sítí. Jak popisuje ředitel Leoš Ryška: „*Vidíme, že sociální sítě mají budoucnost a nesmíme zaspát. Ted' předěláváme webové stránky, chceme vytvořit archiv přívětivější k uživatelům. Bez sociálních sítí to nejde.*“ (Ryška, 32) Televize Noe využívá Facebook, Instagram, Twitter, zároveň má také aktivní kanál na platformě YouTube. Pro pořad Živě s Noe je využívána také mobilní aplikace. „*V rámci vysílání Živě s Noe jsme oživilí aplikaci Noe Reporter, skrze kterou mohou diváci posílat videopříspěvky, fotky, které se snažíme každý den vyhodnotit a nejlepšího odměnit nějakou drobností, takže jsou motivováni odměnou, ale není to soutěž.*“ (Owsianková, 29)

Důležitost sociálních sítí při nečekaných událostech potvrzuje ředitel Leoš Ryška. „*Stoupla nám sledovanost jak na webu, tak i na jiných sítích. Zvyšují se nám čísla i na Facebooku, přes Velikonoce jsme měli okolo 200 000 přístupů. To nás trochu překvapilo, ale máme z toho radost. A pořad ta sledovanost stoupá.*“ (Ryška, 30)

Vývoj nových technologií v redakci a jejich nezanedbatelnou funkci v dnešní době zmiňuje také Radka Owsianková z živého vysílání. „*V této chvíli je ten nárůst obrovský, i kolega, který má na starosti sociální sítě, potvrdil, že ten nárůst v posledních týdnech je několikasetnásobný, co se týče Facebooku, Instagramu.*“ (Owsianková, 28) Zato zpravodajská relace Noeviny ale sociální sítě nevyužívá. „*U Noevin sociální sítě vůbec nevyužijeme, právě proto, že jsme předtočení.*“ (Popková, 22)

Podle Ryšky u sociálních sítí závisí na osobě, která je má na starosti. V současné době se o sociální sítě stará jeden ze zaměstnanců Televize Noe. „*Člověk na tom musí pořad dělat, takže třeba ten Facebook je ted' aktivní, než máme pořad, už tam vloží pozvánku, dělá soutěže, a podobně. Chápu, že dneska už je Facebook trochu zastaralá síť, ale máme třeba i starší diváky a jim ten Facebook vyhovuje.*“ (Ryška, 34)

I když dnes sociální sítě a nové technologie zaujímají důležitou roli, není nutností, aby každý z redaktorů měl vlastní účet na sociálních sítích, případně aby jej využíval k pracovním účelům.

3.8. Spolupráce s dalšími médii zaměřenými na křesťanskou tematiku

V kapitole Nekomerční televizní médium jsem zmínila, že televize Noe patří ke komunitním médiím, protože jejím záměrem je naplňovat určitý skupinový zájem, kterým je nekomerční křesťanské vysílání.

Médií s podobným zaměřením je v České republice několik a do určité míry je mezi nimi podle ředitele televize Noe navázána spolupráce. „*S Katolickým týdeníkem spolupracujeme, propagujeme jejich věci, představujeme každý týden nové číslo Katolického týdeníku, ta spolupráce je, myslím, velmi dobrá. S rádiem Proglas spolupracujeme, jsme propojení, často berou zvuk z našich věcí, někdy zase my bereme jejich nějaké věci, oni zase mají dobře zpracované zpravodajství, v tom jsou hodně dobří, takže se hodně spolupracuje.*“ (Ryška, 17) Ve vysílání Živě s Noe je podle redaktorky Owsiankové upoutávka na jiná křesťanská periodika přímou součástí programu. „*Upoutáváme na program rádia Proglas, nebo Katolického týdeníku.*“ (Owsianková, 7)

V televizi Noe je využívána také spolupráce s dalšími médii, weby a periodiky podobného zaměření. Při začátku vysílání televize Noe v roce 2006 byla navázána spolupráce také s nynější samostatnou křesťanskou televizí Lux. Tato spolupráce byla ale po dvou letech přerušena. K přerušení spolupráce došlo podle ředitele Leoše Ryšky ze dvou důvodů. „*Co se týče těch ostatních, i sociálních sítí, třeba se Signály.cz, různými portály, a podobně, tak s těmi spolupracujeme také. Co se Slovenska týče, tak spolupracujeme s řadou tvůrců, ale s televizí Lux spolupráce není žádná. Není to, protože bychom nechtěli, ale protože nechtějí oni. Vnímají nás, že jsme málo katolíci. Ale to my ani nepreferujeme, nechceme být televize katolická, chceme být televizí dobrých zpráv. Proto na naši obrazovce mají prostor i jiná vyznání. Měli jsme i moderátora evangelíka, což byl jeden z nejlepších moderátorů, ale proč ne? Věnujeme se husitské církvi, židovské obci... V tom se trochu lišíme. Druhá věc je komerce, my jsme nekomerční, Lux je komerční. My úplně odmítáme reklamu, to je další věc, která nás rozděluje. My jsme začali a dva roky spolupracovali, po dvou letech ale došlo k jejich vlastnímu vysílání. Rádi bychom ale spolupracovali, za tu dobu jsme jim to několikrát nabídli, ale oni z principu nechtějí deklarovat spolupráci, protože jsou jinak založení.*“ (Ryška, 17)

4. Závěr

V této bakalářské práci jsem se zabývala mediálními rutinami a stereotypy, které využívají redaktoři televize Noe při tvorbě obsahu vysílání. Cílem bylo zjistit, jak vypadá zpravodajství v nekomerční křesťanské televizi, a popsat celkový chod redakce. Tohoto cíle bylo dosaženo kvalitativním dotazováním, konkrétně metodou polostrukturovaných rozhovorů. Impulzem k vypracování zvoleného tématu bylo především mé absolvování studijní praxe v redakci televize Noe.

Práce je rozdělena do tří částí. V první jsem se zaměřila na teoretická východiska vztahující se k tématu mediálních rutin a nekomerčního televizního média. Rovněž jsem se zabývala dílčími teoretickými segmenty, jako jsou zdroje informací, výběr témat, tvorba mediálního obsahu, organizace práce v redakci a také jsem se zaobírala novými technologiemi v televizním zpravodajství. Ve druhé části práce jsem se zabývala zvolenou výzkumnou metodou, tedy metodou polostrukturovaných rozhovorů. Teoretická východiska z první části práce mi posloužila pro lepší orientaci v poslední části výzkumu.

Rozhovory byly záměrně realizovány se třemi dlouhodobými zaměstnanci televize Noe, kterými byli ředitel a zakladatel televize Leoš Ryška, redaktorka zpravodajské relace Noeviny Taťána Popková a redaktorka živého vysílání Živě s Noe Radka Owsianková.

Před začátkem výzkumu samého jsem si stanovila výzkumné otázky. Hlavní výzkumná otázka zněla: *Jaké mediální rutiny se uplatňují ve zpravodajství televize Noe?* Mezi dílčí výzkumné otázky jsem zařadila také dotazy: *Jak vypadá běžný pracovní den v redakci televize Noe? Jaké postupy uplatňují redaktoři při výběru zdroje informací a témat?*

Z rozhovorů vyplynulo, že témata jsou volena především podle toho, jestli jde o pozitivní informaci, protože televize se prezentuje heslem „Televize dobrých zpráv“. Specifikem vysílání televize Noe je její křesťanský obsah, dalším z kritérií pro výběr témat tedy bývá právě křesťanský akcent. Velkou část světových témat tak pokrývá dění z Vatikánu, případně ze sousedních zemí. Při výběru témat je kladen velký důraz také na diváckou zpětnou vazbu, jedná se totiž o nekomerční médium, jehož provoz je hrazen z finančních příspěvků. Respondenti se shodli, že při výběru témat a zdrojů

televize poskytuje redaktorům určitou volnost, na redakčních poradách může téma nadnést každý a jejich konečný výběr je kolektivní záležitostí.

Redaktoři získávají informace nejčastěji ze zpravodajských agentur a z jiných serverů, odkud také témata přebírají. Zpravodajská relace zároveň využívá síť kontaktů, externistů, kteří mohou přinést témata ze svých lokalit. Kritéria pro výběr informačních zdrojů jsou přitom podobná kritériím výběru témat.

Časový harmonogram televize Noe je naplánován pět týdnů dopředu. Program je již několik let ustálený, přesto je nutné počítat s možnými programovými změnami, které před několika týdny redakce televize zavedla. Na tvorbě programu se nepodílí jednotlivci, jde opět o kolektivní dílo. Součástí programu jsou živé vstupy, při kterých mohou nastat komplikace a poté je redakce musí rychle řešit. Důležité je informovat o neočekávaných událostech. Pro ty je nejčastěji využívanou platformou vysílání Živě s Noe. Redakce také vysílá v rámci možností z terénu.

Organizace práce v redakci se podle výpovědí respondentů dělí do programových sekcí, zároveň ale funguje v televizi Noe určitá zastupitelnost a redaktoři tak mohou ze sekcí přecházet. Televize má během týdne několik porad, nejdůležitější z nich je pondělní odpolední schůze a kvartální výjezdni porad. Respondenti mi také díky svým výpovědím pomohli popsat funkci uzávěrek jednotlivých pořadů a systém hodnocení práce členů redakce.

Poslední zkoumanou kategorií byly nové technologie využívané televizí Noe. V dnešní době hrají neodmyslitelnou roli sociální sítě a webové stránky televize. Redakční sociální sítě spravuje jeden z redaktorů. Kromě sociálních sítí (Facebooku, Instagramu a Twitteru) má televize aktivní také vlastní kanál na YouTube.

Nakonec jsem se zaměřila na spolupráci mezi televizí Noe a dalšími médii s křesťanskou tematikou. Popsala jsem spolupráci s českým periodikem Katolický týdeník, rádiem Proglas a slovenskou křesťanskou televizí Lux.

Televize Noe zaujímá na mediálním trhu pozici jediného křesťansky zaměřeného televizního média, navíc bez jakýchkoli inzerentních tlaků, její stabilita tudíž závisí pouze na příspěvcích diváků. Na základě poznatků, doložených v této práci a vzhledem k délce trvání této organizace se dá předpokládat růst divácké podpory, tedy i případné rozšíření působnosti televize ve všech oblastech.

5. Seznam literatury

- BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8871-6.
- BURTON, Graeme a JirákJAN. *Úvod do studia médií*. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2001. ISBN 80-85947-67-6.
- ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5.
- HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ. *Slovník žurnalistiky: Výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3769-3.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-736-7040-2.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
- KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-718-4134-X.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-717-8714-0.
- MOTAL, Jan. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5826-2.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích [online]*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011 [cit. 2020-03-16]. ISBN 978-80-246-1899-9.
- PETRUSEK, Miloslav. *Teorie a metoda v moderní sociologii*. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-706-6799-0.
- RUSS-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0158-8.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.
- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8.

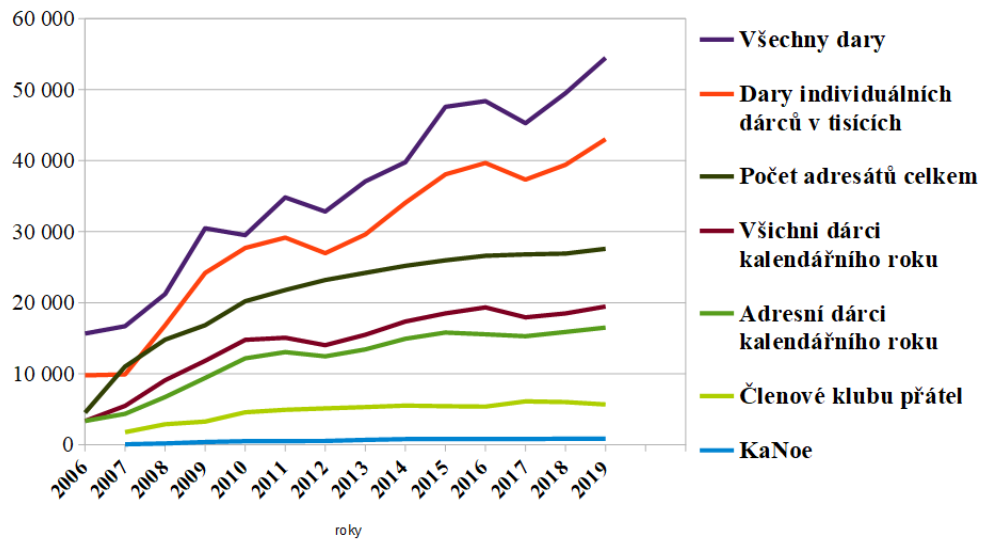
6. Seznam příloh

Příloha 1	Graf – Trendy finanční podpory vysílání televize Noe	I
Příloha 2	Návod k rozhovoru č. 1 – Leoš Ryška, ředitel TV Noe	II
Příloha 3	Návod k rozhovoru č. 2 – Radka Owsianková, redaktorka vysílání Živě s Noe	III
Příloha 4	Návod k rozhovoru č. 3 – Táňa Popková, redaktorka zpravodajské relace Noeviny a Zpravodaje TV Noe	IV
Příloha 5	Polostrukturované rozhovory s respondenty	V
Příloha 5 rozhovor 1	Leoš Ryška, ředitel televize Noe	V
Příloha 5 rozhovor 2	Radka Owsianková, redaktorka vysílání Živě s Noe	XV
Příloha 5 rozhovor 3	Taťána Popková, redaktorka zpravodajské relace Noeviny a Zpravodaje TV Noe	XXIV

7. Přílohy

Příloha 1 Graf – Trendy finanční podpory vysílání televize Noe

Trendy podpory vysílání televize Noe ke konci roku 2019



Příloha 2 Návod k rozhovoru č. 1 – Leoš Ryška, ředitel TV Noe

Informace o pozici a náplni práce
Vznik televize Noe
Předešlá žurnalistická kariéra
Pracovní pozice v televizi Noe
Hlavní náplň práce
Běžný pracovní den ředitele
Výběr témat
Hlavní témata
Práce s tématy, která poskytla veřejnost
Poměr zpráv světového významu vs. zpráv s významem pro ČR
Zdroje informací
Nejčastěji využívané zdroje informací
Využívané zpravodajské agentury
Síť kontaktů
Spolupráce s dalšími médii
Tvorba mediálního obsahu
Postup práce při neočekávaných událostech
Kritéria pro atraktivní reportáž
Rozdíly mezi tvorbou do jiných pořadů než do zpravodajské relace
Hlavní slovo v redakci
Organizace práce v redakci
Časový harmonogram redakce
Redakční porady
Hodnocení práce
Hierarchie pozic
Externisté
Nové technologie televizního zpravodajství
Technika pro přenosy/živé vstupy
Využití sociálních sítí
Role sociálních sítí při nečekaných událostech

Příloha 3 Návod k rozhovoru č. 2 – Radka Owsianková, redaktorka vysílání Živě s Noe

Informace o pozici a náplni práce
Informace o předešlé žurnalistické kariéře
Délka působení v TV Noe a pozice
Hlavní náplň práce
Portfolio pořadů
Výběr témat
Kritéria výběru témat
Hlavní témata
Práce s tématy, která poskytla veřejnost
Poměr zpráv světového významu vs. zpráv s významem pro ČR
Zdroje informací
Nejčastěji využívané zdroje informací
Využívané zpravodajské agentury
Síť kontaktů
Tvorba mediálního obsahu
Vysílání z terénu
Ideální živý vstup
Využívané technologie
Telefonáty do studia
Postup práce při neočekávané situaci
Organizace práce v redakci
Časový harmonogram
Řazení témat
Běžný pracovní den redaktora
Redakční porady
Plán reportáží
Uzávěrky
Hodnocení práce
Nové technologie televizního zpravodajství
Využití a role sociálních sítí

**Příloha 4 Návod k rozhovoru č. 3 – Táňa Popková, redaktorka
zpravodajské relace Noeviny a Zpravodaje TV Noe**

Informace o pozici a náplni práce
Informace o předešlé žurnalistické kariéře
Délka působení v TV Noe a pozice
Hlavní náplň práce
Portfolio pořadů
Výběr témat
Kritéria výběru témat
Hlavní témata
Poměr zpráv světového významu vs. zpráv s významem pro ČR
Práce s tématy, která poskytla veřejnost
Zdroje informací
Nejčastěji využívané zdroje informací
Využívané zpravodajské agentury
Síť kontaktů
Kritéria výběru zdrojů informací
Tvorba mediálního obsahu
Postup práce při neočekávaných událostech
Časový harmonogram zpravodajské relace
Využívané prvky pro ztraktivnění reportáže
Řazení témat
Hlavní slovo v redakci
Organizace práce v redakci
Běžný pracovní den redaktora zpravodajství na TV Noe
Uzávěrky
Redakční porady
Hodnocení práce
Nové technologie televizního zpravodajství
Využití a role sociálních sítí

Příloha 5 Polostrukturované rozhovory s respondenty

Příloha 5 rozhovor 1 Leoš Ryška, ředitel televize Noe

1. Co bylo původním nápadem k založení televize Noe?

Situace politická. Po roce '89 jsem byl vysvěcen na kněze, byla příležitost zaujmout lidi hezkým filmem. Sám jsem koupil kameru, pak jsem šel na filmovou školu.

2. Co jste tedy studoval? Jaká je vaše předchozí žurnalistická kariéra?

Byl jsem na zlínské filmové škole soukromé, tam jsem se učil základem filmařiny, mezitím už jsem točil různé dokumenty. Pak jsme hledali s mladými lidmi tady v Ostravě, začali tvořit a hledali jsme i prostory, které jsme pak našli, no a cítili jsme, že je potřeba jít proti proudu. Je potřeba jít z druhé strany, to znamená ukazovat ty dobré zprávy, ne ty špatné. A ty dobré, u kterých jsme viděli, že jsou a že si jich nikdo nevšímá, jak se říká dobrá zpráva = žádná zpráva, to není pravda, dobré zprávy mají stejnou sílu, ne-li větší než ty špatné. Začali jsme ty dobré zprávy hledat, ony samy začaly za námi přicházet, takže jsme tvořili, tvořili, tvořili, mezitím jsme založili nadaci pro podporu vzdělávání a výchovy mládeže, začali jsme dělat interaktivní výstavy pro děti, pro školy, no a pak se přidávali další mladí lidé, další mladí tvůrci, no a po deseti letech už vznikla možnost samostatně se podílet na vysílání, tak jsme toho nakonec využili, v Noe jsem tedy od samého začátku.

3. Jak vypadaly začátky televize Noe?

V květnu 2006 jsme začali vysílat nějakých deset hodin denně a postupně jsme přidávali. Teď už několik let vysíláme 24 hodin denně. Postupně jsme se rozrůstali tak, že jsme vysílali přes satelit, přes internet, přes další kabelové operátory, potom přes terestriál a nakonec dneska už jsme v DVB-T2, to znamená – jsme obsazení téměř všude. Do června tohoto roku bychom měli být ve všech domácnostech. Takže postupně jsme se rozšiřovali.

4. V čem se televize Noe liší od jiných stanic?

Ten projekt je bláznivý v tom, že v podstatě jdeme jaksí proti proudu, nejen v té ideové stránce, ale i v té stránce komerční, protože jsme nekomerční televize. Žijeme jenom z darů. Jsme samozřejmě svobodní, nikdo nás

neovlivňuje, protože je to na nás, na našich divácích, ti si vlastně určují, co chtějí a nechtějí vidět. Ti nás platí, to jsou naši akcionáři, takže se snažíme jim naslouchat a vytvářet program tak, abychom jim dělali radost.

5. Proč padla volba na vysílání z Ostravy?

Jsem Ostravák, mám kolem sebe skupinu mladých, tedy dneska už jsme věkem trošku jinde, televize bude vstupovat do patnáctého roku a Telepace jako takové už je tady od roku 1993. Dneska už jsou lidé, kteří začínali sahají skoro po důchodu, ale proč v Ostravě? Tady byli ti nadšenci, byli tady lidé, kteří se neptali po penězích a dělali, tvořili a nechtěli za to peníze. Jinak bychom to nevybudovali. Kdyby to bylo někde v Praze, tak se to nepodaří.

6. V Praze ale máte také studio, pokud se nepletu?

Dneska v Praze taky máme pobočku, máme tam studio krásné, ale je to úplně jiné, jiné ceny, jiné honoráře, jiné pronájmy. My jsme hrdí na to, že to hlavní je v Ostravě. Je to pro to nadšení, pro ty lidi, kteří, se kterými jsme to budovali v podstatě z ničeho. Studenti ze školy chodili do montérek a budovali jsme prostory jeden za druhým, to by se mi asi nikde jinde nepodařilo, než tady s lidmi třeba ze skautu. Je to tím, že tady jsou ochotní a obětaví lidé.

7. K jakým pracovním pozicím jste se za dobu vysílání dostal?

Prošel jsem si tvůrčím kolečkem, sám se cítím víc než jako ředitel, tak tvůrce. Ředitele dělám, protože mi lidé věří, a věří mi i ti diváci, ale já jsem nejmšťastnější za kamerou. Sám jezdím, točím, spoustu jsme toho už natočili a pořád točíme nějaké dokumenty, které mají nějaký přesah sociální, říkáme že jedeme někde, kde něco bolí.

8. Co je vaší hlavní náplní práce?

Já tedy přímo natáčím, střihám, zvučím, se světlem musím umět pracovat, snažím se tak, abych to udělal hezky. Když jsou profese na place, jsem tam s nimi jako součást štábu. Zpravidla teď už dělám hlavně režii, sedím za režijním pultem, nestojím už za kamerou, i když někdy bych taky rád. Ale jsou věci, které si sám natočím, kameru jsem úplně nevyřadil, pořád když někde vyjždím, tak s kamerou, ale spíš dělám režii, téměř každý večer střihám, mám rozdělaných více projektů.

9. V čem vidíte přínos toho, že sám umíte tvořit pořady?

Mi to pomáhá i ve vedení lidí, přicházím k nim totiž jako kolega, jako parták, vím, že mě berou jinak, protože ví, že tomu rozumím. Když něco udělají, tak společně na to sedneme, řešíme špatný rytmus, blbou hudbu, chybu ve zvuku, a tak. Jsem rád, že tomu řemeslu oni fandí a milují ho, tím pádem se mi i dobře vede ty lidi.

10. Jak tedy vypadá váš běžný pracovní den?

Já jsem také kněz, takže mám svou farnost v Ostravě-Heřmanicích, část mého času patří ještě jí a farníkům. Přicházím do práce kolem deváté hodiny, pak mám schůzky, setkání, obejdu všechna pracoviště, většinou každý něco potřebuje, zaměstnanci se ptají, co a jak. Máme několik druhů porad, pak jsou různé schůzky s lidmi, se kterými spolupracujeme. Pokud můžu, na dvě až tři hodiny se během dne stavím do farnosti, nebo do Don Bosca, kam patřím, kde mám svůj byt. Pak se vracím do práce a dělám něco tvůrčího, něco, na co potřebuji klid. Píšu scénáře, články, pošta mi zabere spoustu času, ale je důležitá, protože komunikujeme s těmi lidmi, kteří nás podporují, s diváky, takže komunikuji aspoň to, co mi přepošlou. Pak tedy tvořím, mám rozstříhaných několik dokumentů, vždycky to mám asi tak do té půlnoci.

11. Jaká jsou hlavní témata, kterými se Noe zabývá?

Snažíme se být televizí pro všechny věkové kategorie a také se snažíme, abychom měli hodně široký záběr. Každý člověk má něco rád. Někdo má rád hudbu, někdo vážnou, někdo folklorní, někdo jazz, tak se snažíme, aby lidé, kteří mají rádi různé typy hudby, ji na Noe našli. Vytváříme tedy různé typy programů, abychom uspokojili tyto lidi. Někdo má rád astronomii. Máme pro ně magazín Hlubinami vesmíru, kde si zveme lidi a věnujeme se této problematice. Spojíme se s NASA, koupíme autorská práva, pozorujeme zatmění měsíce v přímém přenosu, pracujeme s tímto tématem. Máme velkou skupinu lidí, kteří vnímají, že jim dáváme prostor pro to, co oni mají rádi. Pak podporujeme festival outdoorových filmů a přímo ten ředitel festivalu je moderátorem pořadu Outdoor film. Zve si hosty, povídá si s nimi a jejich snímky pak vysíláme. Děláme kromě toho i jiné, věnujeme se i amatérským filmařům, vysíláme jejich filmy, děláme pro ně Festival dobrých zpráv, kde se můžou tvůrci utkat a soutěžit. Pak jsou věci duchovní,

asi 15 % jsou věci, které jsou hodně duchovní, jdou do té podstaty. Samozřejmě spoustu dokumentů máme z klášterů pro lidi, které ten tajemný život zajímá. A preferujeme živá vysílání.

12. Jezdíte také do terénu?

Jezdíme na místa, kde se něco děje, festival, zakončení, zahájení festivalů, zaměřujeme se na živé přenosy. Vybíráme to, aby to bylo zajímavé, také nechceme dělat něco, co už někdo dělá. Když víme, že někdo něco dělá, pojďme dělat něco, co je potřeba, co je originální a vyjdeme vstříc lidem, které něco zajímá a něco spojuje. Noe bych nazval komunitní televizi, sloužíme více komunitám, ať jsou to různá témata, která jsem zmínil. A daří se nám to. Televize žije z darů a ve chvíli, kdy by se to lidem přestalo líbit, tak zahyneme. Jsme přímo závislí na darech diváků a musíme se podle toho chovat.

13. Kdo se na výběru témat podílí? Zpracováváte také podněty od diváků?

Jako tvůrci se scházíme dvakrát do měsíce, někdy i častěji, je to 12 až 16 lidí, kteří mají různé nápady, podněty od diváků, a bavíme se o tom společně, takže to není, že bych přišel já a určil. Vždy konzultujeme. Jedna věc je nápad, druhá věc je realizace. Konzultujeme, jestli na to máme, jak to uchopit, jaké budou produkční náklady, to není jednoduché se rozhodnout pro nové programové okno. Hledáme to velmi zodpovědně. Setkáváme se a tvoříme vize. Už teď přemýšlíme o podzimním programu. Máme oblíbené pořady, tak ty rušit nebudeme. Aby to lidi nepřestalo bavit.

14. Jaké informační zdroje využíváte? Využíváte také zpravodajské agentury?

Máme smluvených několik zdrojů, v Římě třeba máme kolegy Rome Reports, kteří nám dávají příspěvky a my je zahrnujeme do magazínů, máme kolegy ve Svaté zemi, tam je televizní společnost u františkánů, to máme Santa News, to akorát musíme nadabovat, potom máme přístup do různých zdrojů a bank, setkáváme se na úrovni kontinentální i celosvětové, jsme v organizaci, která sdružuje křesťanské tvůrce, máme tedy možnost si sáhnout na dobré věci a zároveň dáváme my do banky něco, co může někdo použít. Takto jsme propojeni, a to je vlastně velká výhoda. Také Centro Vaticano, tam se soustředí všechny zprávy, jak tištěné, tak rádio, televize. Tam jsme u zdroje a napojeni téměř online.

15. Věnujete se světovým i tuzemským tématům?

Když se něco pěkného děje ve světě, tak se na to snažíme reagovat. Ne vždy se to podaří, ale co nejvíc děláme a nikdo jiný to nedělá, tak se snažíme být hlasem papeže Františka. On je člověkem, který ví, co chce, má dobré postřehy, cestuje, riskuje, usmiřuje lidi, etnika, to je, myslím, správný hlas dnešní doby. Během jeho cest ho doprovázíme. Ve středu a v neděli přenášíme audienci a nyní třeba během pandemie má každé ráno mši, tak jsme se rozhodli, že i tu budeme přenášet. Toto propojení s papežem děláme. My jedeme s ním, vysíláme, co nám nabízí ty nasmlouvané společnosti, někdy tam máme přímo z místa našeho redaktora, který se odtud hlásí.

16. Máte vlastní síť kontaktů?

Máme zpravodajský magazín 2x týdně, Noeviny, máme tam pár lidí, kteří nám ty dobré zprávy dodávají, máme i na Slovensku několik dodavatelů, to je taky taková zvláštnost, že se snažíme ani ne tak z nostalgie, ale máme spoustu věcí společných, takže vysíláme i slovenské věci. Vždy v tom zpravodajství je zastoupená nějaká zajímavá věc ze Slovenska.

17. Jaké je propojení se slovenskou televizí Lux a českými křesťanskými médii?

S Katolickým týdeníkem spolupracujeme, propagujeme jejich věci, představujeme každý týden nové číslo Katolického týdeníku, ta spolupráce je, myslím, velmi dobrá. S rádiem Proglas spolupracujeme, jsme propojení, často berou zvuk z našich věcí, někdy zase my bereme jejich nějaké věci, oni zase mají dobře zpracované zpravodajství, v tom jsou hodně dobří, takže se hodně spolupracuje. Co se týče těch ostatních, i sociálních sítí, třeba se Signály.cz, různými portály, a podobně, tak s těmi spolupracujeme také. Co se Slovenska týče, tak spolupracujeme s řadou tvůrců, ale s televizí Lux spolupráce není žádná. Není to, protože bychom nechtěli, ale protože nechtějí oni. Vnímají nás, že jsme málo katoličtí. Ale to my ani nepreferujeme, nechceme být televize katolická, chceme být televizí dobrých zpráv. Proto na naší obrazovce mají prostor i jiná vyznání. Měli jsme i moderátora evangelíka, což byl jeden z nejlepších moderátorů, ale proč ne? Věnujeme se husitské církvi, židovské obci... V tom se trochu lišíme. Druhá věc je komerce, my jsme nekomerční, Lux je komerční. My úplně odmítáme reklamu, to je další věc, která nás rozděluje. My jsme začali a dva roky

spolupracovali, po dvou letech ale došlo k jejich vlastnímu vysílání. Rádi bychom ale spolupracovali, za tu dobu jsme jim to několikrát nabídli, ale oni z principu nechtějí deklarovat spolupráci, protože jsou jinak založení. Je to ale jen na pár lidech, kteří mají tu představu, že jsme nekatolická televize.

18. Jak postupujete při neočekávané události?

Snažíme se reagovat okamžitě. Máme možnost okamžitě vstoupit do vysílání lištou, můžeme vysílání přerušit, může tam vystoupit moderátor. Denně máme několik hodin živého vysílání a každý den má na starost jiný moderátor, takže tento člověk má v podstatě pohotovost. Snažíme se lidi nestrašit. Také se to snažíme vidět z pozitivní strany, protože ve všem, co se děje, je dobrá i špatná zpráva. Když třeba hořela katedrála Notre Dame, bylo to hrozné neštěstí, ale lidé začali dělat koncerty, začali se skládat, jsou solidární. Lidé, kteří spolu běžně nemluví, spolu najednou začnou mluvit a hledat řešení, jak to opravit. Stejně tak jako teď, lidé jsou doma, mohou komunikovat, aktuální situace nás nutí být spolu, vzniklo teď mnoho krásných písní, zpěváci jsou doma a tvoří, lidé si pomáhají... Dělali jsme benefiční koncert na Květnou neděli pro lékaře, kteří v Itálii nasazují životy, protože tam máme přímo známé, a k dnešnímu dni se vybralo 4 300 000 Kč. Lidé jsou fakt štedří a chtějí pomáhat. To by se nestalo, kdyby nebyl koronavirus. Ty věci zlé v nás budí to krásné. Jsme solidární, máme se více rádi, máme větší zodpovědnost jeden za druhého. Pokud se něco stane, pojdme se spolu pomodlit, pojdme na někoho myslet, není to jen o číslech, která někoho vystraší, ale pojdme dál, pojdme v tom hledat něco víc. Já si myslím, že každá zpráva může mít dva pohledy. I v té nejhorší zprávě může být něco pozitivního, a to je náš úkol.

19. Jaká kritéria by měla obrazově splňovat reportáž, aby byla atraktivní pro diváka?

Musí chytit za srdce. Většinou je to příběh, který když je dobře vyprávěný, chytne za srdce. Nesmí to být kýč.

20. Jaký je rozdíl mezi tvorbou pro zpravodajskou relaci a tvorbou do jiných pořadů?

Zpravodajská relace má určitou časovou expiraci. V daném čase se odvysílá, ale zítra už je to jinak. Je tedy závislá na čase. Měla by být aktuální, záleží, jak zprávu podáme. Třeba dokumenty jsou věcmi trvalého rázu, měly by mít

i za dvacet let stejnou výpovědní hodnotu. Každým dokumentem něco sdělujete, neměl by být jen o informaci. Ve zprávě jde o informaci. Kdežto v dokumentech a jiných pořadech jdeme dál. Tam chceme diváka „pohladit na duši“, ať už hudbou, vyprávěním, vždycky jde o to, aby vás obsah chytil za srdce, má to mít přesah.

21. Jaký časový harmonogram televize Noe má?

Program má řád, vysíláme od šesté hodiny ranní do jedné až půl druhé v noci, pak se reprízuji dopolední pořady. Musí to šlapat jak hodinky. Do programu se vstupuje, pokud jsou třeba živé přenosy, ale často dopředu víme, kdy budou.

22. Kdo rozhoduje o konkrétní podobě denního programu v TV Noe?

To je dané už patnáct let, postupně se vyvíjí, co se bude vysílat. Jak jsem říkal, je to hodně o těch divácích, kteří nás vedou, děláme k tomu i dotazníky, pak se nám vrací několik tisíc odpovědí a z toho už se dá krásně vyčíst, co diváci chtějí. Jinak máme programové oddělení, program se dělá pět týdnů dopředu, potom se to kontroluje, tvůrci se dívají, jestli tam není nějaká chyba, musí to projít okem produkce, já už to dostávám v poslední fázi, jen kontroluji, jestli to sedí. Z mé pozice je tam jen impulz, když je tam hodně repríz, případně máme koncert natočený v lepší kvalitě od tohoto autora... Někteří přišli do Noe postupně, takže nemají až takový přehled, spíš pomáhám radou. Myslím ale, že program je kolektivní dílo. Určité dny mají více dokumentů, více hudby, více duchovní, více publicistiky... Je to rozestavěné tak, aby to bylo pestré. Ten proces je už tak zaběhlý, že přímo nedokážu odpovědět. Ale tvůrce může na poradě říct, že nesouhlasí s časovým nasazením svého pořadu a navrhne jiný čas, takže i tito lidé mohou říct, kdy svůj pořad ve vysílání chtějí a proč.

23. Jestliže je tedy programový proces zaběhlý, děláte i programové změny?

Programové změny skoro neděláme, současná situace ale přinesla několik větších změn, zařadili jsme do programu více duchovních pořadů, zase jsme se na tom podíleli společně a nedělal to jeden člověk.

24. Jak vypadají porady? Kdo se jich účastní? Jaký je jejich průběh?

Za normálních podmínek se setkáváme na několika úrovních. Je porada produkční v pondělí dopoledne, produkce dělí práci, shání štáb na projekty, které se natáčejí v tom týdnu, produkční mají otázky na vedení, takže se tam

řeší i ekonomické věci. Pak je jednou týdně porada techniků, tam se řeší technické problémy, toho se já neúčastním, ale vždy dělají zápisy, do kterých můžu nahlédnout. Dále máme poradu ekonomickou, tam řešíme, kolik přišlo darů, co se zaplatí a nezaplatí, tam také zrovna já pokaždé nejsem, ale dělají se z ní výstupy. Máme ale také poradu v pondělí po obědě, která je pro všechny, kteří se zúčastnit chtějí a jsou v domě. Ta trvá necelou hodinu, každý, kdo má něco na srdci, to může tady říct, někoho pochválit, někoho povzbudit, v rychlosti probereme následující týden, aby byli informováni také ostatní. To se sejde okolo třiceti lidí, vzájemně se povzbudíme, nebo někdo slaví narozeniny, svátky, tak se ke kávě vezme dort, ale vnímám, že je to jedna z nejdůležitějších porad, protože víme v tom týdnu, co nás čeká. Taky je důležité pracovníky pochválit. Mimo to jsou porady programové, kdy se scházejí jednou měsíčně tvůrci, někdy častěji, někdy jde o celodenní porady. A pak jsou ještě porady nad projekty, kdy se sejde štáb, a řešíme věci týkající se konkrétního projektu. Tuto si ale svolává sám produkční podle potřeby. Máme ještě poradu kvartální, tedy jednou za čtvrt roku vyjíždíme někam do hor, kde jsme všichni, tedy čtyřicet až padesát lidí. Dopoledne analyzujeme a plánujeme, případně máme několikahodinové školení. Tato porada je dvoudenní, takže večer se třeba slaví narozeniny, je to i o určitém stmelování kolektivu. Často tam probereme nejvíc. Tento víkend je sice časově náročný, ale přináší plody. Rozpustí se napětí mezi lidmi, vyříkáme si věci. Tam bývá i prostor, si něco říct, ale nikdy to ještě neskončilo hádkou. To je taky důležité. Kvartální setkání je povinné.

25. Jakým způsobem tedy probíhá hodnocení pracovníků?

Snažím se vždy v tom týdnu najít něco mimořádného. Nyní je to třeba že někdo pracuje z domu, ale připravuje upoutávky, dělá grafiku. Snažíme se nahrazovat herce, takže se namlouvají komentáře, to už jsou věci navíc, které je třeba pochválit. Taky nyní všechno dezinfikujeme, zaměstnanci se domluvili a rozdělili si směny, i za to jim patří dík. Jsou to možná samozřejmé věci, ale když tyto lidi zmíníte, mají radost. Ale nejde jen o ty věci navíc, chválíme stálé projekty, zmiňujeme ohlasy, bez toho to nejde, pochvala je potřeba. Také naši diváci nám dávají zpětnou vazbu, a pokud jde o pochvalu, přepošlu to všem poštou. Na poradách tedy hodnotím já, ale pak

se mohou přidat další, což se také stává. Někdy je potřeba zvládnout komplikovanou návštěvu a postará se o to jeden člověk, tak se i tleská. I to je pak v zápise z porady, který se všem rozesílá.

26. Existuje v Noe hierarchie pozic? Dělí se pracovníci do sekcí, nebo také zkusí práci někoho jiného?

Samozřejmě máme editory, pracovníci se dělí do programových sekcí. Snažíme se také o zastupitelnost, takže jedna produkční nyní dělá na PR oddělení a dělá tištěné věci, grafiku, a podobně. Dá se tedy ze sekcí přecházet, máme i kameramany, kteří se naučili stříh, někteří začali režírovat, ale pokud je potřeba, postaví se za kameru. To už nemluví o řidičích, nemáme přímo řidiče, protože řídí všichni, kdo mají řidičák. Samozřejmě musí projít školením řidičů.

27. Kolik má TV Noe externistů?

Pokud bereme jako externisty i ty, kteří pro Noe dělají to zpravodajství z různých lokalit, které jsem zmiňoval, tak jich je na třicet. Spolupracujeme s nimi, někteří jezdí i na výjezdní porady.

28. Kdy se jejich služeb využívá?

Pokud nemáme kapacitu, oslovíme externisty k tvorbě dokumentů, nejsou to jen lidé ze zpravodajství.

29. Jaké technologie TV Noe využívá?

Využíváme nejnovější technologie, samozřejmě v poměru cena/výkon. Máme přenosový vůz, ten je v HD TV, pak jsme mohli překlopit vysílání do HD a dnes je vidět, že to bylo dobře. Když děláme nákup, tak pečlivě vybíráme, ale vysíláme podle dnešních standardních televizních norem.

30. Jaká je role sociálních sítí při nečekaných událostech?

Velká. Stoupla nám sledovanost jak na webu, tak i na jiných sítích. Zvyšují se nám čísla i na Facebooku, přes Velikonoce jsme měli okolo 200 000 přístupů. To nás trochu překvapilo, ale máme z toho radost. A pořád ta sledovanost stoupá.

31. Jaké další sociální sítě využíváte?

Také máme Instagram, Twitter, YouTube kanál, snažíme se ty sítě nyní propojit, i s tím Facebookem, abychom třeba měli některé věci na tom YouTube kanále. Teď o Velikonocích jsme to zkoušeli, zatímco v televizi

běžel přenos s papežem Františkem, na YouTube jsme měli živý přenos z pražské katedrály.

32. Jak vnímáte postavení nových technologií v dnešní době?

Vidíme, že sociální sítě mají budoucnost a nesmíme zaspát. Teď předěláváme webové stránky, chceme vytvořit archiv přívětivější k uživatelům. Bez sociálních sítí to nejde.

33. Která sociální síť je pro vás nejmladší, na kterou jste se přidali nejpozději?

To byl asi ten Instagram.

34. Věnuje se v TV Noe sociálním sítím konkrétní osoba?

Máme přímo člověka, který se Facebooku věnuje a na tom záleží. Člověk na tom musí pořád dělat, takže třeba ten Facebook je teď aktivní, než máme pořad, už tam vloží pozvánku, dělá soutěže a podobně. Chápu, že dneska už je Facebook trochu zastaralá síť, ale máme třeba i starší diváky a jim ten Facebook vyhovuje.

35. Kdo je tedy průměrným divákem TV Noe? Jaká věková skupina?

To je těžko říct, sleduje nás hodně nemocných, starých, upoutaných na lůžko, často jsme jejich denním společníkem. To je skupina asi 50 000 lidí. Pak se to věkově posouvá níž, jsou to třeba maminky na mateřské dovolené. Nedá se to úplně zprůměrovat, protože třeba v těchto dnech nás sleduje i hodně lidí mladších. Pro děti jsme teď také vytvořili nový pořad Ovečky, kde se snažíme vysvětlovat dětem biblické pravdy, trochu to supluje výuku náboženství, k tomu děláme i soutěže. Dnes třeba v jedné minutě volalo do studia s odpovědí čtyřicet dětí, takže vidíme, že to je pořad, se kterým budeme pokračovat do konce školního roku a pak zase na podzim.

Příloha 5 rozhovor 2 Radka Owsianková, redaktorka vysílání Živě s Noe

1. Jaká byla vaše předchozí žurnalistická kariéra?

V podstatě typicky žurnalistická nebyla. Pouze v rámci předešlé práce jsem se částečně věnovala propagaci, tak tam se možná mohla promítnout část tohoto oboru.

2. Takže máte spíše zkušenost s PR?

Ano, pro neziskovky.

3. Jak dlouho v TV Noe působíte?

V této chvíli jsem v Noe třetím rokem.

4. A na jaké pozici?

Jsem v redakci denního vysílání.

5. Co je hlavní náplní vaší práce?

Pravda je, že v naší redakci nemáme jeden nebo dva balíčky, na které se můžeme soustředit, ale vzhledem k tomu, že nás není úplně ideální počet, máme toho více na starosti. To znamená, že kromě podpory moderátorů, kterým částečně děláme i režiséra dne, tak děláme přípravu a podporu dramaturgickou, kalendárium přípravy, řešerše pro nějaká výročí, ať už kulturní, církevní, společenská, připravujeme medializaci nasmlouvaných projektů, událostí, o kterých v redakci rozhodneme, že je chceme medializovat. Děláme i přípravy článků pro média, ať už jsou to články na web, nebo do médií tištěných. Připravujeme témata, zpracováváme je pro moderátory, děláme podporu produkční, máme samozřejmě produkčního, ale tu denní práci tam také nějakým způsobem zastáváme. Zpracováváme e-mailovou podporu, pokyny od vedení, co je třeba, aby prošlo živým vysíláním. Připravujeme také upoutávky na akce, které vyhodnotíme, že je chceme ve vysílání, snažíme se, aby to byly jiné akce než v mainstreamových médiích, z církevního prostředí i prostředí, které není jaksi mediálně profláklé. Aktuality děláme také, částečně děláme i režiséry dne. Také zpracováváme podporu postprodukci těch dílčích pořadů, tedy živého vysílání.

6. Do kterých pořadů tedy přispíváte, které moderátory vedete?

V rámci vysílání tedy do Živě s Noe, což je ta platforma, má to své pravidelné časy, ale pravda je, že v rámci tohoto vysílání se to transformuje, třeba když má apoštolské cesty papež František, tak to je Studio František, nebo Studio Velikonoce, Studio Vánoce, nebo nějaká speciální výročí, třeba teď jsme měli třicet let od Sametové revoluce. Takže víceméně se v naší redakci odráží to denní vysílání, ale standardně s tím názvem Živě s Noe.

7. Jaká jsou hlavní témata vysílání Živě s Noe a jaká jsou kritéria jejich výběru?

Nejde úplně o témata celého vysílání, jde spíš o to, provázet diváky v průběhu dne. Takže se to rozpadá do myšlenky být společníkem lidí, cílové většinové skupiny. Můžeme říct, že jde o nahlédnutí do křesťanského života, což v ostatních médiích je v menší nebo žádné formě. Snažíme se dávat do popředí zprávy povzbudivé, protože těmi špatnými jsou diváci zahlceni. Také se snažíme o interakci s diváky, ať už to jsou telefonáty, soutěže, ankety, doplňující otázky. Snažíme se připomenout liturgické dny, propojovat různé pořady, propagovat a motivovat ke sledování nových pořadů a vysílání, ty, které v následujících časech, dnech poběží. Také se snažíme diváka vtáhnout do příprav toho natáčení, když se něco chystá, nechat je nahlédnout pod pokličku, reflektovat apoštolské cesty, reflektovat události z různých křesťanských denominací, ze společnosti. Přinášet rešerše spřátelených periodik, webových portálů... Upoutáváme na program rádia Proglas nebo Katolického týdeníku. Cíle se promítají i do těch témat dne.

8. Kdo se podílí na výběru těchto témat?

Máme redakci, ale scházíme se i v širší redakční radě, kde jsou i moderátoři, kreativci, dramaturgové, vlastně je to nějaký otevřený prostor, takže tam je možnost nanést širší nebo celodenní témata měsíc dopředu, případně věci, které je třeba medializovat, koncerty, festivaly, a podobně. Je to jakýsi brainstorming, probíráme nejen to, co je zajímavé, ale i to, kdo nás oslovil, sem chodí i vedení, které nás upozorňuje, co je ještě třeba tím vysíláním protáhnout. Z těch větších porad, kdy je jedna denní, potom je to na těch našich menších poradách v rámci té redakce vlastně už pracujeme, dáváme, který z těch nápadů půjde dál.

9. Kdo tato témata schvaluje?

Schvalujeme je v té naší malé redakci, konečné slovo má šéfredaktor, případně jsou určité oblasti, které musí projít schválením vedení.

10. V jaké míře zpracováváte témata, která poskytl diváci?

To je další věc. Přicházejí náměty na hlavní e-mailovou adresu televize Noe a tyto náměty jsou nám přeposílány, připomínky, prostě cokoliv, a my se nějakým způsobem na poradách k tomu postavíme, probereme to. Každopádně odepisujeme, dáváme divákům zpětnou vazbu, ať mají odpověď. Pracujeme s jejich náměty, určitě.

11. Jak často zpracováváte témata světového a tuzemského významu?

Snažíme se zachovat režim půlkulatých, kulatých výročí ať světových, nebo domácích. Není to nějakým způsobem poměřováno, spíš jde o to, jestli je to pro nás zajímavé. Jestli jsme o tom v nějaké míře už hovořili, jestli o tom chceme dát více vědět, protože je to z našeho pohledu třeba žádoucí, nebo chceme nabídnout i jiné způsoby přemýšlení o tom tématu.

12. Které zdroje informací využíváte kromě podnětů z e-mailu?

Klasické zpravodajské, od ČTK⁶ až po ČT24, já konkrétně mám z webových portálů oblíbený iRozhlas.cz, ale jsou to i nějaké církevní weby, pak i kolegové ze zpravodajství využívají Vatican News, Rádio Vaticana, jsou zaměřeni hodně na tuto tematiku. Pravidelnými rešeršemi člověk vyhodnotí věrohodnost médií. Je to široká škála zdrojů, jak říkám, nejde jen o servery církevní.

13. Máte také síť kontaktů, informátorů?

Původně v našem živém vysílání byla vize, že budeme mít tzv. malé redaktory, kteří nám budou rešeršovat určité oblasti, ať už třeba oblast sportu a podobně, ale nakonec k tomu nedošlo, spíš je to individuální. Občas se naskytne nějaká osobnost, u které víme, že se nějaké oblasti věnuje a že nám dodá informace. Není to systémové, ale jsou nějaké zdroje.

14. Jezdíte také s živým vysíláním do terénu?

Standardně vysíláme ze studia, ale za některými tématy vyjíždíme do terénu, vysíláme živě z venku napříč celou republikou. To se domlouvá dopředu se štábem, někým z té redakce, s moderátorem, s kameramanem.

⁶ [Česká tisková kancelář]

15. Jak by měl vypadat ideální živý vstup?

Pokud se jedná o studio, což je většinou, tak ten živý vstup je nejlepší s hostem ve studiu. To je samozřejmě obrazově nejatraktivnější. Rozhovor by neměl být časově dlouhý, ať je pro diváka únosný, moderátor by měl udržet téma, cíl rozhovoru, protože se stává, že ta osobnost je zajímavá z různých pohledů, ale moderátor s ní komunikuje z důvodu aktuální události, takže divák by se v tom neměl ztratit. Protože nejsme vzdělávací ani publicistický pořad, jde o určitou zjednodušenost, tak aby to bylo pro diváka jasné, ať se nezabředává do nějakých témat, do hloubky, kde už divák o tom neví. Ideálně je to na 2–5 otázek, ideální délka rozhovoru je na těch 3–5 minut, ale je to v závislosti na tématu. V této situaci třeba ale není možné si zvat hosty, tak se délky rozhovorů natahují. V těchto chvílích, aby tam nebyla jen mluvící hlava, se hovory podpoří nějakým videopříspěvkem bez zvuku, to je nejlepší varianta, případně fotografiemi.

16. Jaká technika při těchto vstupech využívá?

Je to jen telefonický hovor, který se v režii přepne, to je o technice zvukaře. Samozřejmě se může využít Skype, dá se ten telefonický příspěvek také předtočit, to je další věc, kde se běžně stává, že respondent nemůže být v danou chvíli na telefonu. Takže to předtočíme a živě odvysíláme, nebo se dá předtočit odpovědi, moderátor se živě ptá a pak se pustí ta odpověď v příspěvku, nicméně už tam není možnost živé interakce, té doplňující otázky, což je velké minus. Ideální je, aby při odpovědi moderátor reagoval na ty odpovědi, aby to nebyly jen dopředu položené otázky. To se všechno technicky dá.

17. Stává se, že se něco pokazí? Jaké komplikace mohou při těchto vstupech nastat?

Je to o tom, že je to živé, běžně se stává, že tam respondenti jsou v prostředí, kde to jde špatně slyšet, ačkoliv mají pokyny. Nebo se nepodaří dovolat, ačkoli je hovor domluvený a chvíli předtím jsme to ověřili, takže to jsou ty technické věci.

18. Jak tyto situace řešíte?

Je to o tom, jak bude moderátor improvizovat a reagovat, někdy se stane, že se nedovoláme, takže z režie dostává pokyny „prostě mluv dál“, snažíme se dovolat. Nebo se stane, že to během hovoru spadne, takže musí udělat

nějakou vatu, abychom znovu zavolali. Někdy se tedy stane, že se nedovoláme, stane se, že moderátor zapomene, tak je třeba zareagovat, mít něco připravené v záloze, klip, písničku, záleží také, jak je připravený scénář. Někdy je to lehce zaměnitelné za druhou polovinu scénáře, někdy to více drhne v závislosti na té dramaturgii. Stojí to a padá na tom moderátorovi, který to dokáže natáhnout, nebo utáhnout. Ideální je, když moderátor o tom tématu něco ví, a dokáže improvizovat. Nedá se improvizovat, když k tomu člověk nic neví.

19. Jak často v Živě s Noe děláte telefonáty diváků?

Moderátoři jsou povzbuzováni, aby dělali interakci v rámci soutěží, to je jedna z možností. Soutěže jsou vyhlašovány ráno, nebo den předtím, někdy je to otázka na Facebooku, takže soutěže jsou jednou z možností, kdy jednou z platforem, jak reagovat na otázku je telefonát, jinak odpověď z e-mailu, Facebooku. Jsou konkrétní interaktivní díly, ta studia, kde je více možností, to znamená, že jsou moderátorem diváci povzbuzováni, jak třeba prožívají Velikonoce, jak v této době koronavirové slaví třeba Velký pátek, takže na to diváci celkem slyší, hodně reagují a volají do studia. Moderátor to pak okomentuje, vyzve nebo poděkuje.

20. Jakou roli hraje pořad Živě s Noe při neočekávaných událostech?

Ačkoli nejde prvoplánově o zpravodajský pořad, nebo vysílací čas, je Živě s Noe jednou z mála možností, kde se dají protáhnout aktuality a děláme to. V momentě, kdy zaznamenáme mimořádnou událost, a pokud to je jiný kolega než z redakce živého vysílání, tak to okamžitě předáváme nahoru do redakce, kde je režisér toho dne s moderátorem, a snažíme se to hned protáhnout vysíláním. Pokud je to věc, ke které máme nějaké příspěvky z dřívějšíka, hned v našich archivech hledáme příspěvek a snažíme se to oživit nějakým příběhem, záleží, o jaký typ události a jak významnou událost se jedná, ale ano, je to určitá platforma, kde se tyto aktuality chceme a děláme to.

21. Jaký je časový harmonogram vysílání Živě s Noe?

Toto živé vysílání běží třetím rokem, mělo vývoj, ale standardně už běží nějaké vysílací časy, které mají určitou stopáž. Ráno od 9:00 do 9:15 běží čtvrt hodinový vstup, ten byl původně půlhodinový, potom od půl dvanácté do tři čtvrtě na dvanáct, a pak je ve dvě půlhodinový, ten je zvláště pro

hosty. Pak jsou reprízy, sestřih v šest hodin, v této době vládních opatření je to trochu jinak, ale až to pomine, zase se to vrátí do normálu. V šest hodin je repríza dopoledního vysílání a zhruba v 21:30 bývá sestřih celého dne, a pak ještě v sobotu sestřih toho týdenního vysílání. Má to jakousi hrubou kostru, ale je to proměnlivé.

22. Jak jsou témata v Živě s Noe řazena?

U prvního vstupu je cílem navodit diváka na pohodovou atmosféru, případně na to celodenní téma, to máme podle významu nějaké události. Bývá tam uvedení svátku, kdo má ten den, případně připomenutí nějakého světce, myšlenka dne, standardně v tom bývají protknuty příspěvky a mluvené slovo, hudební klipy, upoutávky, bývá to různé. Může tam být počasí, tipy na zajímavé pořady během dne, upozornění na nějakou změnu ve vysílání, pozvánka na akci, může tam být i telefonický rozhovor. Ten druhý vstup bývá podobný, dříve tam bývalo více hostů, když to bylo půlhodinové, ty upoutávky, pozvánky na akce se můžou promítnout do telefonického rozhovoru. Taky jsme u druhého vstupu zvali kolegy pracovníky z Noe, dramaturgy třeba, aby si sami na ten pořad pozvali diváky, upoutali, nebo ukázali naopak nechali nahlédnout pod pokličku, jak se to dělá. Nebo když vyjíždí štáby, jsou na výjezdech, tak je to také možnost se s nimi spojit, že zrovna teď někde chystají natáčení dejme tomu nějakého koncertu večerního nebo nějakého pořadu někde v Praze, takže taky je to možnost. Třetí vstup je nejčastěji s pozvaným hostem o kulturní události, či k tématu dne.

23. Jak vypadá váš běžný pracovní den?

Je rozličný vzhledem k tomu, že tu náplň práce mám takovou širokospektrovou. Teď jsme tady s kolegyní dvě a šéfredaktor, takže nás není moc. Kromě standardní redakční práce se může stát, že máme službu coby režisér dne u moderátora, to znamená, že mu děláme konzultační podporu, oponentní službu, takže mu skládáme scénář, domlouváme hosty a ten den dáváme pokyny do režie, co a jak bude následovat, takže to se týká naší práce také. Souvisí to i s tím, že si musíme chystat příspěvky, zajišťovat techniky, fotografie a podobně, někdy si to i nastříhat v programu. Pak ještě můžeme mít nahoře službu jako redaktor dne, u toho moderátora víceméně jako produkční toho vysílání. Já osobně dávám moderátorům a redaktorům do programu podporu, co se týče aktualit, takže já od rána s časovými

mezerami dělám rešerše na různých portálech a dávám jim do redakčního systému tipy plus zpracovávám upoutávky na věci, kterých je samozřejmě teď míň, ale aspoň se snažím upozornit na to, co se děje v této chvíli v online verzích. Dělán také kalendárium šest týdnů dopředu, z kterého teda oni vycházejí, je to zase jako podpůrný prostředek, mohou a nemusí to využít. Do kalendária zpracovávám i anotace a tipy na odkazy, kde se doberou dobrých informací, tipy na organizace či telefonické rozhovory. V této chvíli připravuji texty do lišt. V našem médiu se úplně diváci nedovídají o vládních opatřeních, ale třeba možnosti, kde a jaká organizace může nějak pomoci, třeba charita, a naopak co kdo potřebuje za pomoc. Takže to vysílání byla také platforma, kde se mohli lidé sdružovat, kde potřebují zrovna roušky, čisticí prostředky, dobrovolníky z řad skautů, toho je hodně.

24. Jak často míváte porady a jaký je jejich průběh? Kdo se jich účastní?

Už jsem zmínila tu velkou poradou, ta je v pondělí po živém vstupu dopoledne, která je otevřená pro moderátory, režiséry dne, redaktory, kreativce, vedení pokud chce. Ti nejsou přítomni pravidelně, spíš pokud potřebují něco sdělit na plénu. Každý má prostor říct svůj názor, respektive jsou to lidé o různých názorech, někdy tam tedy vyplynou velká témata s předstihem, důležitá výročí, osobnosti nebo události. Je to komunikační kanál, kde se prezentují témata, nebo hosté. Také je to místo, kde se delegují dílčí úkoly a probíhá tam nějaká diskuze, brainstorming. Z toho zpracováváme výstup na menší poradě, konkrétně v té naší redakci jsou čistě redaktoři Živě s Noe s naším šéfredaktorem. Poradu míváme dvakrát týdně, hned po velké poradě v pondělí, kde zpracováváme ty výstupy a my už rozhodneme, co z toho zpracujeme dál, to už je na nás. Zápisy z porady samozřejmě rozesíláme, dáváme je do redakčního systému, který máme v cloudovém prostředí, tak je tam hned vidět, kdo co a jak změnil, online, takže se pak dozvedí ta naše rozhodnutí. Tím, že je to živé vysílání a máme kontakt denně, tak se domlouváme průběžně, protože se toho děje hodně, ale pro takovou tu klidnou část máme ty dvě porady týdně. Dělá se kalendárium, asi nějaký měsíc až šest týdnů dopředu, kde jsou věci, které by bylo dobré nějakým způsobem medializovat, dát o nich vědět, ať už to jsou kulturní, církevní, společenská, půlkulatá, kulatá výročí, nebo nějaké akce, za kterými třeba se vyjíždí ven. Pak ještě máme jednou ročně větší teambuilding, kde je

i zpětná vazba pro moderátory, je to mimo dům, v jiném městě, je to dvoudenní záležitost.

25. Na jak dlouho dopředu máte naplánovaný program?

Standardně 5–6 týdnů dopředu, ale ne program, ale hlavní témata. To znamená, že když uvedu příklad, bude sto let od narození Jana Pavla II., tak už víme, že tomu budeme chtít věnovat celý den a budeme chtít někam vyjet. To víme, ale úplně přesně scénář a dramaturgii nevíme, to si režisér dne a dramaturg doladují třeba 14 dnů dopředu. Je tam důležité mít i prostor pro aktuality a změny. Záleží na službách, souvisí to s osobností moderátora. Ideální je, když mají hrubý scénář hotový týden dopředu, ale doladuje se to. Stojí to na komunikaci s telefonickými hosty, až dodají materiál, zjistí se, jakou to má stopáž a další možnosti, ilustrační fotografie.

26. Jak pracujete s uzávěrkami?

Máme určitý manuál pro toto vysílání, ideální je, když dva dny dopředu je hotovo. Scénář se skládá v redakčním systému a je to podrobný scénář. Určitá variabilita ale je, protože se může stát, že externista pošle ještě příspěvek, než něco hosté pošlou.

27. Jak probíhá hodnocení pracovníků širšího týmu?

Z podstaty věci se to nejvíc týká moderátorů, se kterými pracuje, co se týče vystupování a dramaturgie, šéfredaktor, který k tomu má nejvíc kompetencí. Je tam nějaká individuální práce se zpětnou vazbou. V jeho i naší náplni práce je sledovat, jak to vysílání vypadá, máme přehled, kdo vysílá, kde jsou nějaké chyby, jestli je nějaký progres moderátorů dopředu, jestli je tam stagnace, nebo to upadává. První zpětnou vazbu by měl dávat režisér dne, který s ním ten den vysílá, který mu je oporou ten den. Jinak je to v dikci šéfredaktora.

28. Jak vnímáte vývoj nových technologií v redakci? Je na ně nyní kladen větší důraz?

V této chvíli je ten nárůst obrovský, i kolega, který má na starosti sociální sítě, potvrdil, že ten nárůst v posledních týdnech je několikasetnásobný, co se týče Facebooku, Instagramu.

29. Využíváte tedy sociální sítě v Živě s Noe?

V rámci vysílání Živě s Noe jsme oživilí aplikaci Noe Reporter, skrze kterou mohou diváci posílat videopříspěvky, fotky, které se snažíme každý den

vyhodnotit a nejlepšího odměnit nějakou drobností, takže jsou motivováni odměnou, ale není to soutěž.

Příloha 5 rozhovor 3 Tat'ána Popková, redaktorka zpravodajské relace Noeviny a Zpravodaje TV Noe

1. Jaká byla vaše předchozí žurnalistická kariéra?

Dlouhá. Studovala jsem žurnalistiku na Univerzitě Karlově, to byla jediná možnost, na Fakultě sociálních věd a publicistiky, pak jsem byla v tehdejší Čkoslovenském rozhlase Ostrava, kde jsem byla jednak ve vysílání pro děti a mládež a jednak ve zpravodajství, potom jsem dělala hlavně kulturní zpravodajství, kromě toho jsme dělali takové pořady jako 3×60, Dveře dokořán, byly to takové větší projekty. Po roce '90 jsem se vrhla na různá dobrodružství, takže jsem byla nějakou dobu v televizi ostravské, pak jsem dělala podnikové noviny pro bývalé Moravské chemické závody, dnes se to jmenuje Borsod Chem MCHZ, mezitím jsme založili občanské sdružení a vydávali takový kulturní časopis, kulturně-společenský moravskoslezský, jmenovalo se to Zase-to, pak jsme se pokoušeli založit takový moravskoslezský týdeník, jmenovalo se to Moravskoslezské listy, to byly asi dva nepříliš úspěšné roky, pak jsem tedy začala spolupracovat s Noe, kolem roku 2008. Systematicky v roce 2011. Ty další aktivity po tom roce '90 nedělala jako zaměstnanec, ale jako OSVČ, v Noe jsem tedy začala dělat už v důchodovém věku, ale vychází to na poloviční úvazek.

2. Jaká je vaše pracovní pozice?

Jsem na pozici redaktorky zpravodajství.

3. Co je vaší hlavní náplní práce?

Kromě toho, že dělám zpravodajské Noeviny, které postupně narůstají, tak se dělá třikrát do roka tištěný Zpravodaj pro diváky, na tom spolupracuji jako editorka a korektorka. Občas přispívám autorsky.

4. Do kterých pořadů přispíváte?

Prakticky jen do těch Noevin, okrajově dělám dramaturgyni pořadu Klapka s..., za tím následuje nějaké jméno, třeba Klapka s Petrem Baranem, je to taková skládačka, představování amatérských filmařů a jejich filmů. Každý pořad je věnovaný jednomu autorovi, jsou tam jeho filmy a podobně. Občas dělám také tipy pro vysílání Živě s Noe, tam je to spíše na bázi vzájemné výměny, dávám jim tipy, co nám uvízne v síti a mohlo by se využít, oni zase dávají tipy nám.

5. Jaká jsou hlavní témata Noevin?

Vychází to z toho, že je televize Noe televizí dobrých zpráv, křesťanskou televizí, potažmo katolickou televizí, takže to těžiště je v tom křesťanském nebo církevním světě, přece jenom s akcentem na svět katolický, takže tam jsou pravidelně příspěvky z Vatikánu.

6. Dokážete vyjádřit, jak často zpracováváte témata světového významu v porovnání s tématy tuzemského významu?

V podstatě příspěvky z Vatikánu, což je z 99 % papež, jinak pomoc migrantům a podobně, to jsou velmi světové příspěvky, a kromě toho tam máme v krátkých zprávách také rubriku Ze zahraničí, ale je pravda, že někdy to jsou i takové ze Slovenska, z Polska, ze spřátelených zemí, takže spíš takové detailní pohledy, než světodějné, takže pokud se bavíme o těch přímo světových, tak spíše jde o příspěvky o papeži.

7. Umíte tedy určit, kolik času z relace je věnováno tomu dění o hlavě církve?

Celé to zpravodajství má dvacet minut a z toho tak 3–5 minut je pravidelně věnováno Vatikánu.

8. Jak často zpracováváte témata, která poskytli diváci?

Systematicky ne. Sice dostáváme tipy na zprávy, ale spíše od farností, firem, a podobně. Takže pokud bereme farnost jako diváky, ale spontánně bych řekla, že to až tak často není, měli bychom to spravít.

9. Jaké zdroje informací využíváte? Využíváte také zpravodajské agentury?

Vatikán přebíráme z agentury Rome Reports a máme spolupracovníky, kteří natáčejí ve farnostech, jsou tam i psané zprávy, které čerpáme zase hlavně z křesťanských webů, čili jinak z katolické církve, jinak z evangelických, ale třeba i když jsou dobré zprávy jinde, tak i jinde.

10. Máte vlastní síť kontaktů, informátorů?

Máme hlavně síť těch spolupracovníků, kteří nám točí reportáže a jinak sami máme vlastnoručně vybudovanou síť, to čerpáme z církevních zdrojů nebo také charitních a organizací. Spolupracovníky, kteří by nám systematicky psali, to nemáme.

11. Zdroje by tedy měly splňovat kritéria křesťanské či církevní tematiky?

Především, ale jak říkám, nevyhýbáme se žádným dobrým zprávám. Ten akcent tam vychází z principů televize Noe.

12. Jak postupujete při neočekávané události?

Naše zpravodajství není úplně klasické. Je to zpravodajská relace, která se vysílá dvakrát týdně, pak se několikrát reprízuje. Spíše tomu říkám, že jde o pořad zajímavostí, než o aktuality, s tím, že se to předtáčí a texty a schéma chystáme v předvečer vysílání, takže relace má velké zpoždění. Natáčíme v jednu hodinu odpoledne a večer se to vysílá, takže to není úplně typické zpravodajství. Jsme tedy schopni zařadit informaci o tom, že někdo zemřel, nebo se něco stane, ale pouze psanou. Pro ty aktuální informace je spíše pořad Živě s Noe. Noeviny tady plní spíše funkci zpravodajského magazínu.

13. Jak často tedy Noeviny vycházejí?

Dvakrát týdně, úterý a čtvrtek, vysílají se pravidelně v 19:30 a mají dvacet minut. Pak se tedy ještě následující dny reprízuje a v sobotu běží ještě souhrnný blok zpravodajství, kde se vysílají oboje Noeviny z týdne, a ještě pořad Terra Santa News, který se přebírá ze Svaté země a je o tamním dění. To jako produkční dělá Tomáš Lyčka.

14. Co musí splňovat atraktivní reportáž?

U nás jsou ta měřítka trochu jiná. Hlavním kritériem je, aby to byla dobrá, pozitivní zpráva. To měřítko divácky vděčné poutavosti tam asi není až tak prioritou. Pro zajímavost, jednotlivé reportáže mají od jedné do dvou a půl minut, což máme autory i tak naučené, že nám posílají tyto věci. Z Vatikánu jsou třeba některé promluvy papeže a musí být zkrácené, takže to jsou jen části těch proslavů. Vždy by to tedy mělo být pro diváky zajímavé, ale ne až tak jako na Nově.

15. Jak jsou reportáže v Noevinách řazeny?

Noeviny mají stálé schéma těch dvaceti minut. Na začátku jsou tři upoutávky, tedy nejzajímavější reportáže a pak to má stálé schéma, tedy dvě točené reportáže, což jsou většinou ty z Vatikánu, potom jsou tři psané zprávy ze zahraničí, pak jsou dvě reportáže naše od českých spolupracovníků, pak jsou tři psané zprávy z domova na různá témata, pak jsou dvě reportáže točené od spolupracovníků, potom osm pozvánek dílem z webu, dílem nám je posílají z farností a podobně. Po osmi pozvánkách je

ještě jedna reportáž na závěr. To pevné schéma je dané tím, že pro Noeviny je vytvořena určitá grafika, která v podstatě člověku ani neposkytuje prostor pro kreativitu, protože jde o systém breaků a je prostor pro čtyři fotografie, prostor pro reportáž, pro titulek, takže tou grafikou je to svázané, takže musíme schéma zachovávat. Takže na úvod se snažíme dávat po dvou reportážích z Vatikánu a potom ty další podle toho, co nám připadá nejpodstatnější, nejdůležitější, nejzávažnější, takže se to pak řadí za sebe. Hlavně ty první se snažíme, aby byly významné, třeba vysvěcení oltáře nebo když je velká pout', mše v pražské katedrále... Klasika, ke konci jsou věci kulturní nebo sportovní, kterých teda není moc.

16. Kdo rozhoduje o této konkrétní podobě?

V podstatě já. Ráda bych rozhodovala ještě víc, protože těžiště by mělo být v těch točených reportážích, takže v podstatě ti naši spolupracovníci mají většinou svoje širší záběry a jiné zájmy, v podstatě jsme rádi, když něco natočí, udělají si čas a pošlou nám to. Když máme informaci, že se něco děje, tak se je snažím na to upozornit a požádat, aby nám něco natočili. Navíc jde o lidi, kteří v tom místě žijí, mají blízké kontakty, takže jejich tipy jsou dobré. Takže je potom na mně spíš to, jak jsou reportáže řazeny.

17. Jak vypadá váš běžný den v televizi Noe?

Tím, že mám zpravodajství na půl úvazku, tak se snažím připravit na vysílání večer před vysíláním, protože na to mám čas a mám šanci odchytnout ještě poslední aktuality, které se vynoří na webech. Začínám po páté hodině večer, chystám celé schéma, telefonuji s produkčním, který říká, co kdo pošle z našich přispěvatelů, dohledávám psané zprávy většinou na webech, upravuji zprávy z farností, nebo tiskové zprávy, celou tu relaci dávám večer vlastně dohromady. Druhý den ráno dojdu do televize a dodělá se schéma. Přicházejí věci od přispěvatelů, točené reportáže, dáváme je dohromady. K těm příspěvkům z Vatikánu je třeba upravit překlad, připravit to pro moderátora, takže dopoledne ještě věnujeme přípravě. V jednu hodinu přichází moderátor, který už dostane text a mezitím dopoledne technik nasazuje reportáže do grafiky a technicky je upravuje. Do připraveného obrazového schématu čte pak moderátor překlady k reportážím z Vatikánu, čtené zprávy, potom to ještě s technikem zkontrolujeme, zkompletujeme titulky, což vychází asi do třetí hodiny. Poté odcházím. Vždy je to takto od

pondělního večera a v úterý vysíláme a od středečního večera a ve čtvrtek se vysílá.

18. Jak tedy pracujete s uzávěrkami?

V jednu hodinu už je poslední chvíle, ale většinou jsou všichni schopní dodat příspěvky do desíti dopoledne. Psané zprávy už připravuji v ten večer předem, když se stane ještě nějaká aktualita, tak jsme schopni to do těch psaných zpráv vyměnit. Ale ani točící reportéři nejsou tak akční, že by ještě dopoledne volali, že ještě něco rychle natočili. Vždy už víme, co bude, a v těch deset hodin už bychom měli mít komplet.

19. Jak vypadají pracovní porady? Máte přímo v Noevinách své porady?

V Noevinách přímo ne, tam se náš tým skládá z produkčního, který udržuje kontakty s našimi přispěvateli, z technika, a pak tam jsem já. S produkčním to řešíme většinou večer po telefonu, kdy mu poprvé v sedm večer volám, jak to vypadá, zbytek řešíme dopoledne. Ten tým je ale natolik úzký, že porady by byly zbytečné.

20. Jak hodnotíte společnou práci?

Spíše nás hodnotí vedení, že se jim něco nelíbilo, nebo nás chválí, ale pokud jsou nějaké problémy třeba technického rázu, tak těm přispěvatelům píšeme e-mail, nebo jim voláme, v čem byl problém. Spíše tedy řešíme, když nastane problém, jinak všichni vědí, že jsou dobří, takže se nechválíme.

21. Jakou roli hrají nové technologie u Noevin?

Weby jsou zdrojem informací, brouzdáme po webu, kde je co zajímavého. Také pravidelně poslouchám Český rozhlas, takže pokud tam zaslechnu použitelnou informaci i pro nás, dohledám si ji. Také z charitních webů čerpáme. Diecézní weby a web České biskupské konference také sleduji. K sociálním sítím jsem ale zatím nedošla.

22. Jakou roli hrají sociální sítě při nečekaných událostech?

U Noevin sociální sítě vůbec nevyužijeme, právě protože jsme předtočení. To spíše u vysílání Živě s Noe.