

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Redakční práce a fungování regionální televize ZAK s.r.o.
Editorial work and functioning of the regional television ZAK s.r.o.

Bakalářská diplomová práce

Josef Krebs

Vedoucí práce: Mgr. Jakub Ketman

Olomouc 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně na základě literatury a dalších zdrojů uvedených v závěru práce. Počet znaků v práci včetně mezer je 75 236.

V Olomouci dne:

.....

Josef Krebs

Poděkování

Chtěl bych poděkovat vedoucímu práce Mgr. Jakubu Ketmanovi za odborné vedení, trpělivost a ochotu. Stejně tak děkuji vybraným pracovníkům televize ZAK, bez jejichž ochoty absolvovat rozhovory by tato bakalářská práce nemohla vzniknout.

Abstrakt

Předkládaná bakalářská práce se zabývá pracovními postupy redaktorů v regionální televizní stanici ZAK TV. Cílem práce je zanalyzovat a porovnat systémy organizování redakce a pracovní postupy redaktorů ve dvou po sobě jdoucích časových obdobích. K dosažení cíle je využita kvalitativní metoda a technika polostrukturovaných rozhovorů. V rámci výzkumu bylo zrealizováno celkem šest rozhovorů se čtyřmi redaktory a dvěma zástupci šéfredaktora. Každé období tak shodně reprezentovali tři představitelé dané redakce. Teoretickým rámcem práce jsou mediální rutiny.

Klíčová slova

Televize ZAK, mediální rutiny, regionální televizní stanice, regionální žurnalistika

Abstract

This bachelor thesis deals with the working practices of editors in regional television station ZAK. The aim of the work is to analyse and compare the editorial organisation systems and working practices of editors in two consecutive time periods. To reach the aim we use qualitative method and technique of semi-structured interviews. As a part of the research were conducted total six interviews with four editors and two deputy editors. Each period was so consistently represented by three representatives of the newsroom. The theoretical framework of the work examines media routines.

Key words

Television ZAK, media routines, regional television station, local journalism

Obsah

Úvod	6
1 Teoretická část	8
1.1 Regionální televize	8
1.2 Redaktor v regionálním médiu	9
1.3 Mediální rutiny	10
1.3.1 Organizace redakční práce, plánování	11
1.3.2 Zdroje informací	13
1.3.3 Gatekeeping	15
1.3.4 Televizní reportáž	16
1.3.5 Reportážní rozhovory	17
1.3.6 Multimedializace obsahu	18
2 Metodika	20
2.1 Vymezení výzkumného cíle a otázek	20
2.2 Kvalitativní výzkum	20
2.3 Metoda a technika výzkumu	21
2.4 Výběr výzkumného vzorku	22
3 Analytická část	23
3.1 Profil ZAK TV	23
3.2 Historie západočeské regionální televize	23
3.3 Medailony výzkumných jednotek	24
3.4 Výzkum mediálních rutin	26
3.4.1 Struktura redakce	26
3.4.2 Organizace redakční práce	27
3.4.3 Systém plánování	30
3.4.4 Pracovní postupy redaktorů	32
3.4.5 Zpracování a skladba reportáže	34
3.4.6 On-line zpravodajství	36
Závěr	39
Seznam literatury	41
Seznam příloh	44
Přílohy	45

Úvod

V české odborné literatuře je téma regionálních médií stále relativně málo zastoupené. Především pak regionální televizní stanice jsou často opomíjené, přestože mají na lokální úrovni mnohdy výraznější vliv než média celostátní. Jejich zpravodajské a publicistické pořady zajišťují zprávy o zásadních regionálních záležitostech a informují diváky o místních kulturních a společenských událostech. Klíčovou roli v této produkci hrají redaktoři, kteří mají za úkol plánovat, shromažďovat a připravovat obsah pro vysílání. Jejich práce je důležitá pro zajištění kvalitního a objektivního zpravodajství a publicistiky.

Cílem této bakalářské diplomové práce je charakterizovat proměnu mediálních rutin redakce západočeské regionální televize ZAK ve dvou po sobě jdoucích časových obdobích. V rámci analytické části proto budu analyzovat procesy a postupy v organizaci redakční práce, nebo dílčí faktory, které měly vliv na výrobu zpravodajských obsahů mezi lety 2020 a 2022. Stejně hodnotící parametry využiji i pro zanalýzování soudobé redakce, tedy pracovní skupiny z období od září 2022 do současnosti.

Výstupem práce pak bude zodpovězení hlavní výzkumné otázky: *Jakým způsobem se proměnily mediální rutiny redakcí novodobé éry televize ZAK?* Tento výzkum se pokusí přispět k lepšímu pochopení redakční práce v regionální televizi a může poskytnout užitečné informace pro vedení televizní stanice, jak zlepšit kvalitu a efektivitu produkce.

Teoretickým rámcem práce jsou tzv. mediální rutiny. V rámci vybraných kapitol se proto pokusím přiblížit pracovní postupy jednotlivých redaktorů, nebo zodpovědět dílčí výzkumné otázky: *Jakým vývojem prošla struktura redakce ZAK TV? K jakým proměnám došlo v organizaci práce a systému plánování? Jakých změn doznaly pracovní postupy redaktorů ZAK TV?*

Celý teoretický rámec následně poslouží pro analýzu s výsledky polostrukturovaných rozhovorů. Při analyzování bude kladen důraz nejen na společné aspekty obou rámců, ale především na jejich protichůdné rysy, jejichž výskyt se pokusím vysvětlit na základě poznatků z teoretické části práce.

Teorie mediálních rutin se zaměřuje na procesy výroby mediálních obsahů. V rámci výzkumů se snaží popsat, jakými konkrétními postupy zaměstnanci médií vytvářejí zpravodajství a další produkty mediálních organizací. Teorie se zároveň pokouší o vysvětlení

bližších okolností vlivu redakčních rutin na výběr zdrojů informací, témat, organizaci redakční práce, plánování i na konečnou podobu zpráv. V praxi může být tato teorie využita k lepšímu porozumění rozsáhlé problematice fungování médií.

Mnoho studií se v této souvislosti soustředí na analýzu celostátních médií a jejich vlivu na společnost. Regionální média jsou často podceňována a považována za méně důležitá. To může mít z dlouhodobého hlediska za následek nedostatečné porozumění významu regionálních sociálních problémů a jejich přenesení na celospolečenskou úroveň. Z tohoto důvodu si uvědomuji nutnost zabývat se touto problematikou a zkoumat, jak regionální média přispívají k zachování lokálních dědictví a tradic.

K dosažení odpovědi na výzkumné otázky využiji metodu polostrukturovaného rozhovoru, který povedu celkem se šesti představiteli redakce, což odpovídá třem zástupcům každého období. Na základě informací, které získám nestandardizovanými rozhovory, vytvořím celistvý text týkající se výše uvedené redakce. Ačkoliv podobných výzkumů vzniká poměrně hodně, tuto oblast jsem si vybral záměrně s vědomím dosavadní neprobádanosti fungování regionálních televizních stanic a regionálních médií v západních Čechách. Vybraná metoda byla zvolena s ohledem na konkrétní téma práce a možnosti autora pro získání informací a práci s nimi.

Práce je rozčleněna do tří základních částí: teoretická, metodická a analytická. Na základě obecných teoretických východisek a teorie mediálních rutin budu s pomocí nastavené metodologie analyzovat nashromážděný materiál z polostrukturovaných rozhovorů. Na analytickou část práce naváže závěr, ve kterém zhodnotím svá zjištění a zodpovím položené výzkumné otázky.

1 Teoretická část

V rámci teoretické části bakalářské diplomové práce se zabývám teoretickými východisky, která se vztahují k tematice mediálních rutin a obecných mediálních konceptů. S ohledem na stanovené cíle této práce detailně rozebírám především dílčí aspekty mediálních rutin, tedy zdroje informací, gatekeeping, organizaci redakční práce, plánování, zpracování a skladbu televizní reportáže, přípravu a realizaci rozhovorů nebo multimedializaci obsahu. Za pomoci zpracovaných východisek následně v analytické části práce popisují skutečné mediální rutiny na příkladu konkrétní redakce.

1.1 Regionální televize

Slovní vymezení regionálního televizního vysílání obsahuje novela zákona o rozhlasovém a televizním vysílání (Zákon č. 235/2006 Sb.)¹. V rámci této kodifikace je regionální televizní zpravodajství definované jako vysílání, které „*může ve vymezeném územním rozsahu přijímat více než 1 % a méně než 70 % obyvatel České republiky počítaných podle údajů vyplývajících z posledního sčítání lidu.*“

„*Situaci domácích regionálních médií byla doposud věnována jen velmi okrajová výzkumná pozornost.*“ (Volek 2007: 35) Tento závěr například dokládají Osvaldová s Haladou (2017: 246), kteří definují „regionální televizi“ pouze jako samostatnou organizační a hospodářskou jednotku celostátní televizní organizace. Ve své definici sice uvádějí možnost odbavovat a vyrábět vlastní televizní pořady, zcela ale opomíjejí regionální a metropolitní televizní stanice, které fungují nezávisle na celostátní centrále.

Televizní zpravodajství by mělo být aktuální za každých okolností, u regionálních relací se ale časové kritérium neposuzuje až tak přísně. Regionální stanice využívají mnohem více nadčasových témat, ve kterých převažuje regionální aspekt. Tímto přístupem se snaží zaujmout především regionální diváky. (Hocheľová 2007: 31)

Televize na regionální úrovni jsou specifické tím, že svým vysíláním pokrývají témata, která jsou v celostátních médiích zastoupená nedostatečně, nebo zcela vůbec. Obyvatelé regionu zároveň využívají regionální média jako primární zdroj informací a nástroj pro zapojení

¹ Předpis 235/2006 Sb.: Zákon, kterým se mění zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR [online]. [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/cgi-bin/win/sqw/sbirka.sqw?cz=235&r=2006>

spoluobčanů zejména v období před krajskými volbami nebo referendy. (McGonagle, van Eijk 2016: 11)

V případě Plzeňského kraje se spousta lokálních témat dostává do celostátního vysílání zásluhou regionálních redakcí České televize a CNN Prima News. Všechna témata ovšem touto cestou pokrýt nelze, neboť na ně ve vysílání není prostor. Televize ZAK má v tomto ohledu mnohem větší záběr, díky své úzké specializaci se totiž může věnovat dění nejen v západočeské metropoli, ale i v menších městech a obcích.

Televizní vysílání bývá bez ohledu na velikost organizace strukturované na základě jednotlivých časových formátů. Obdobou novinových rubrik jsou v tomto případě programové bloky. Televizní editoři dále využívají schéma pravidelných pořadů nebo reklamních oken. (Burton a Jiráček 2001: 105) Interní programový manuál, který se v průběhu let příliš nemění, využívá pro stálou kostru vysílání také ZAK TV (viz Programové schéma ZAK TV v přílohách práce).

Místní televize zůstávají velmi úspěšnými a ziskovými obchodními organizacemi navzdory dlouhodobým poklesům sledovanosti. Vysvětlením tohoto zdánlivého paradoxu je přijetí obchodní strategie určené k maximalizování příjmů, zejména příjmů z reklamy, a zároveň minimalizování produkčních nákladů. Negativním dopadem této strategie bývá snížení kvality žurnalistického obsahu. (Franklin 2006: 13)

1.2 Redaktor v regionálním médiu

„Regionální novináři jsou v daném místě více vidět a bývá na ně vyvíjen větší tlak.“
(Orálek 2007: 92)

Novinářům s profesionálním přístupem regionální působení často slouží jako startovací a přestupní stanice do médií celostátních. Regionální žurnalistika je přitom v mnoha ohledech náročnější, redaktor obstarává větší kvantum práce nebo je často nucený mít mnohem širší záběr tematických zaměření. Regionální redaktori se mnohdy musí vyrovnat s časově i kreativně náročnou prací, nižší prestiží povolání, konfliktem v místě bydliště či nejistým kariéřním postupem. (Macků 2007: 103)

Výraznou výhodu oproti redaktorům celorepublikových médií získávají regionální novináři v podobě osobních kontaktů se zástupci tiskových oddělení lokálních institucí a radnic.

Současně ale mají osobní vazby i se zástupci místních politiků, podnikatelů a lidí ve vedoucích pozicích, což představuje jeden z negativních syndromů české regionální žurnalistiky. (Orálek 2007: 92,93)

Podle Macků (2007: 102) musí být z výše uvedeného důvodu v regionálních redakcích kladen mnohem větší důraz na body etických kodexů, které zamezují ovlivňování zpravodajství prostřednictvím přátelských vazeb a osobních známostí.

V rámci regionálních redakcí jsou výrazně zastoupeni mladí redaktoři, kteří zde dostávají významné pracovní příležitosti neúměrně svým zkušenostem. Vedle začínajících žurnalistů jsou krajské redakce působištěm početné skupiny starších rutinérů. Novinářů, kteří mají své pracovní postupy zažité léty praxe, čerpají ze svých zkušeností a široké sítě kontaktů. (Orálek 2007: 94)

„Klíčové pro to, aby v regionech posilovaly tyto dvě skupiny – profesionálové a ti, kdo se jimi chtějí stát – a spolu s nimi rostla i úroveň novinářské práce, jsou silní vedoucí krajských redakcí. Takoví, kteří mají patřičné dovednosti, vzdělání a pravomoci.“ (tamtéž: 94)

1.3 Mediální rutiny

Abychom lépe porozuměli pracovníkům masmédií, musíme nejprve prozkoumat rutiny, které souvisejí s jejich prací. *„Úkolem mediálních rutin je v rámci časových a prostorových omezení dodat nejpříjemnější produkt pro spotřebitele tím nejefektivnějším způsobem.“* (Shoemaker a Reese 1996: 108–109)

Shoemaker a Reese (1996: 105) definovali mediální rutiny jako *„vzorové, rutinní, opakované postupy a formy, které pracovníci médií používají ke své práci.“* Rutiny pracovníků jsou vytvořeny v reakci na omezené zdroje zpravodajské organizace a obrovské množství materiálu, jenž lze proměnit ve zprávy. Současně jsou závislé na technologii, uzávěrkách, prostoru a normách. (tamtéž: 105)

Jednotlivé mediální rutiny se v rámci zpravodajství projevují zejména v otázce výběru a sestavování zpráv, při práci s informacemi a zdroji nebo při finálním procesu zpracování zpráv. Výhodou pravidelných vzorců uvnitř zmíněných položek je celkové usnadnění a urychlení pracovních postupů. (Trampota 2006: 55)

Aby výzkumník skutečně pochopil původ a důsledky rutin, musí být schopen identifikovat variabilitu v samotných rutinách. Jinými slovy, výzkumník potřebuje najít situace, kdy rutiny nejsou dodržovány, nebo jsou nějakým jiným způsobem pozměněny ve vztahu k teorii. (Becker a Vlad 2009: 63)

Mediální rutiny se logicky promítají i do televizních obsahů. Podle Burtona a Jiráka (2001: 110) využívají editoři fenoménu oblíbených formátů, které mají tendenci stále opakovat. Dějové struktury televizních pořadů a charakterové typy v dílčích zpravodajských i publicistických pořadech se tak neustále vracejí na obrazovky s lehkými obměnami v nepravidelných časových intervalech.

Trampota (2006: 57) upozorňuje na možné negativní důsledky rutinizace redaktorských postupů. Novináři podle něho ztrácejí s přibývajícím časem schopnost vyhodnocovat snahy profesionálních komunikátorů a PR agentur o nenásilné proniknutí do vysílání. Další problém rutin vyvstává v podobě pomalejší reakce na neočekávané události ve zpravodajství. (Trampota 2006: 57)

1.3.1 Organizace redakční práce, plánování

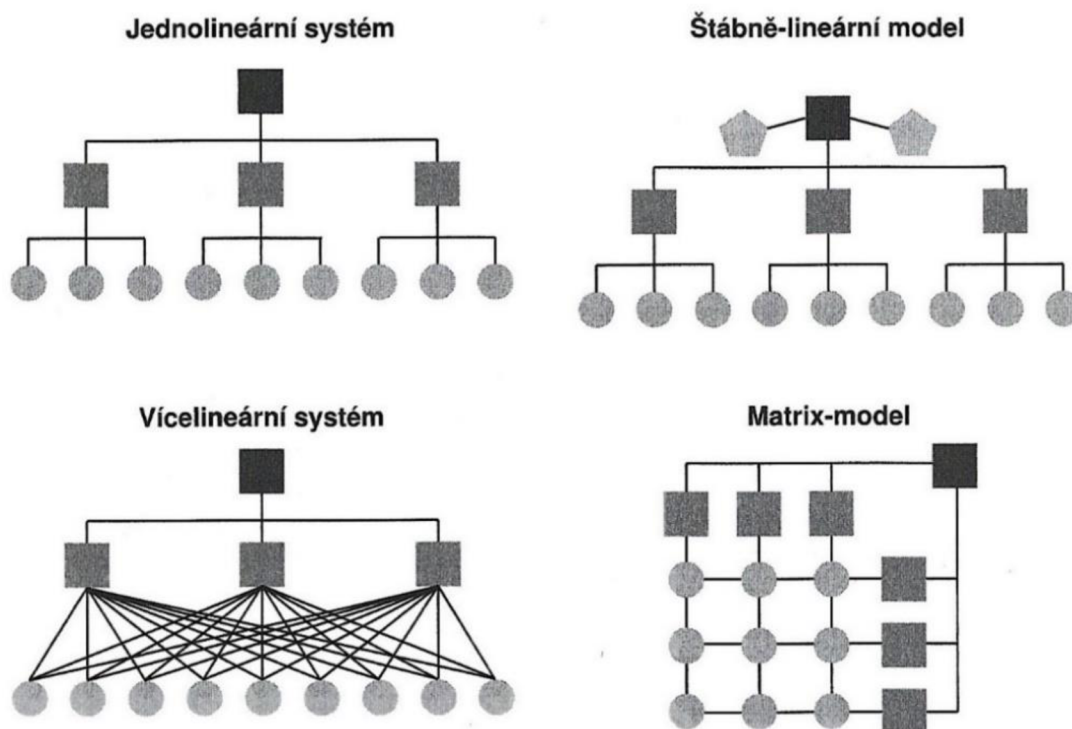
„Bez podrobného a důkladného plánování a koordinace pracovních postupů mezi spolupracovníky by večer v televizi nezačala hlavní zpravodajská relace. To všechno totiž předpokládá plánování, které se často už dávno stalo zaběhlou (a tím také sotva zaměnitelnou) rutinou.“ (Ruß-Mohl a Bakičová 2005: 203)

Organizace redakční práce přímo souvisí se základní strukturou redakce a jejím dílčím členěním. Podle Trmpoty (2006: 53) fungují v rámci redakční hierarchie tři základní složky. Vedle vrcholného managementu existuje i management střední, který je zastoupený šéfredaktory, editory, nebo mediálními konzultanty. Redaktoři a kameramani spadají do produkční skupiny, která se někdy nazývá přední linie.

Podle Meckel (1998: 93) se vedoucí redaktoři, vedoucí oddělení a šéfredaktoři zpravidla kvalifikují na vedoucí pozice v redakci svou odbornou způsobilostí, tedy svými novinářskými dovednostmi. V těchto pozicích pak ale musí prokázat svou způsobilost ve zcela jiném oboru – řízení zaměstnanců. Skutečnost, že profesní kompetence není založena pouze na individuálním talentu, ale vyžaduje také kvalifikační a vzdělávací procesy, je dnes nesporná i v mediálním průmyslu. (tamtéž: 93)

Staehele (1989: 88) uvádí čtyři primární modely organizace: jednolínární systém, vícelínární systém, štábně-línární model a matrix-model (viz obrázek 1).

Obr. 1: Základní modely organizace – pro redakční práci



Zdroj: Staehele (1989: 88)

Na základě Staeheleho (1989: 88) charakteristiky základních modelů organizace lze redakci regionální televize ZAK s jistotou zařadit do složky štábně-línárního modelu, na jehož základě funguje minimálně od roku 2010 (viz Schéma redakce ZAK TV v přílohách práce).

Podstatným nástrojem pro koordinaci jednotlivých redaktorů a jejich každodenní činnosti jsou tzv. redakční porady. (Ruß-Mohl a Bakičová 2005: 203) „V menších redakcích se porady obvykle účastní všichni její členové, ve větších redakcích zpravidla jen šéfredaktoři a další vedoucí redaktori. Ve většině médií funguje pravidelný systém porad.“ (tamtéž: 203)

Miriam Meckel (1998: 59) rozlišuje tři základní typy porad: zásadní (strategie), týdenní (plánování) a denní (rutina). Průběh nejčastějších denních porad popisuje takto: „Redaktoři se scházejí každé ráno, aby v rámci otevřeného kreativního brainstormingu společně zjistili, jaká témata by chtěli novinářsky zpracovat. Na základě demokratického kompromisu, který je přijatelný pro všechny, následně vzniká konečný produkt.“

Součástí redakčních mediálních rutin, které vyžadují organizační rámec, jsou pravidelná plnění nasmlouvaných úkolů. „*Veškerá média pracují s uzávěrkami, tedy pevně danými termíny dokončení určité práce či její části [...] V televizní produkci jsou stanoveny uzávěrky proto, aby bylo možné naplánované pořady zařadit do vysílání.*“ (Burton a Jiráček 2001: 103-104)

Podle Norberta (1995: 492) je redakční práce silně reaktivní, protože musí spontánně reagovat na „událostní chaos“. Neplánované události se média snaží reflektovat co nejaktuálněji, nejobsáhleji a nejrealističtěji. Takové situace ovšem z dlouhodobého hlediska znemožňují zavedení stálých redakčních systémů pro plánování. Bohatství dostupných informací lze při příchodu do redakce předvídat jen do určité míry, protože v konečném důsledku jsou preferovány právě neočekávané, nepředvídatelné události. (Norbert 1995: 492)

Mezi další mediální rutiny patří stálé přerozdělení zpracovávaných tematických okruhů podle zaměření jednotlivých redaktorů. Obzvláště v regionálních redakcích jsou však z důvodu dlouhodobého snižování počtu redaktorů témata sjednocená do mnohem širších skupin a oblastí, které spolu mnohdy souvisí pouze okrajově. (Čuřík 2012: 162)

Ústředními obtížemi vedení redakce se v obecné rovině jeví nízký stupeň motivace, nedostatek týmové spolupráce a nedostatečná informační a komunikační politika v redakci. Obzvláště v regionálních médiích je v mnoha případech moderní personální řízení nedostatečně vyvinuté. V lepším případě to vede k tomu, že redaktori nejsou schopni optimálně aktivovat a spojovat svůj tvůrčí potenciál, v horším případě vede dlouhodobý deficit v personální politice k dysfunkčnímu vývoji celé redakce. (Meckel 1998: 94)

1.3.2 Zdroje informací

„*Ve zpravodajství lze použít pouze důvěryhodné informace², nikoliv spekulace (informace ale lze interpretovat). Je třeba informace ověřovat z několika na sobě nezávislých zdrojů a při tvorbě zpravodajství pak vycházet z minimálně dvou, lépe tří různých zdrojů informací.*“ (Čuřík 2014: 36) Autor dále zdůrazňuje povinnost užívání vyváženého počtu informačních zdrojů od všech podstatných aktérů konfliktu a oponentních stran. (tamtéž: 36)

V televizní žurnalistice novináři zohledňují vedle seriózních informačních zdrojů také informace, které zároveň plní i vedlejší funkce ve vysílání. „*Není snad etickým prohřeškem,*

² Důvěryhodné informace jsou potvrzená fakta, vlastní spolehlivé zdroje, zprávy tiskových agentur a zprávy z oficiálních zdrojů (sdělení mluvčích, tiskové zprávy, oficiální dokumenty). (Čuřík 2014: 36)

pokud autor reportáže použije vedle informací významných také jednu, dvě zajímavosti pro ozvláštění svého příspěvku. Pro jeho snadnější identifikaci mezi ostatními a také pro jeho lepší stravitelnost pro televizní diváky.“ (Záruba 2010: 89)

Ke každému případu a události existuje mnoho možných zdrojů informací, protože novináři nemluví pouze s těmi, kteří jsou přímo zúčastněni, ale mohou také získat informace ze zdrojů, které jsou s nimi spojeny pouze nepřímo, nebo reakce a názory „lidí z ulice“. (Shoemaker, Reese 1996: 170)

Čuřík (2014: 36) rozděluje zdroje informací na dva základní typy:

- **primární** – zdroje, ke kterým se novinář dostane vlastní zásluhou (osobně, telefonicky, e-mailem), dále pak tiskové a výroční zprávy
- **sekundární** – zdroje, které novinář dostane k dispozici prostřednictvím tiskových agentur, jiných médií, zpravodajských portálů apod.

Oscar H. Gandy (in Shoemaker a Reese 1996: 172) uvádí, že novináři často preferují oficiální zdroje, jako jsou vládní úředníci nebo policie, a to nejen proto, že jsou snadno dostupní pro rozhovor. Média věří, že oficiální zdroje mají k důležité věci co říci. Zároveň mají tendenci přijímat věci, které oficiální zdroje říkají, jako faktické.

Tento vzorec lze rovněž připsat faktorům dostupnosti zdrojů a preferenci novinářů ohledně jejich vhodnosti a efektivity realizace. *„Rozhovor s oficiálním zdrojem zefektivňuje práci novinářů, protože eliminuje potřebu dvojitě a trojitě kontroly faktů.“* (Hackett 1985: 265)

Proti využívání čistě oficiálních zdrojů se vymezuje Čuřík (2014: 35), podle kterého by měli novináři citovat především ty, jichž se daná problematika přímo týká. Vyjádření „obyčejných lidí“ by v takových případech neměla být pouhým doplňkem žurnalistických příspěvků, ale primárním zdrojem. (Čuřík 2014: 35)

Faktorem, který ovlivňuje finální výběr zdroje informací, může být také umístění mediální organizace. Martin (1988: 989) poukazuje na to, že zpravodajské redakce nejvzdálenější od místa, kde se událost odehrává, budou spoléhat především na zdroje oficiální.

Logikou výběru zdrojů se zabýval také Herbert Gans, který vymezil čtyř základních vlastností potenciálního zdroje. Aby původní zdroj pronikl do zpravodajství, musí na vysokém stupni splňovat tyto parametry: podnětnost, moc, schopnost dodat vhodné informace a geografická a sociální blízkost vůči novináři. (Gans 1979: 239-244)

1.3.3 Gatekeeping

Novináři jsou zahlceni nejrůznějšími tématy z internetu, novin, televize, rádia, zpravodajských časopisů a dalších zdrojů. Jejich úkolem je vybrat malé množství z nich a vytvarovat je do podoby výsledné zprávy. Tyto mediální rutiny by bez gatekeepingu³ nebyly možné. Jedná se o proces výběru, psaní, úpravy, umístění a plánování témat. (Reese, Shoemaker a Vos 2009: 73)

„Události, které se stanou zprávami, vybírají takzvaní gatekeeperi, čili dveřníci, kteří pracují s mediálními rutinami. Jejich funkci mnohdy vykonává více lidí na různých úrovních – zpravodaj, redaktor nebo vydavatel. Z množství informací vybírají takové, jež si podle nich zaslouží zveřejnit.“ (Čuřík a kolektiv 2012: 153) Tento výběr závisí na personální politice celé mediální organizace a vzájemné ochotě zaměstnanců akceptovat odlišné přístupy. (tamtéž: 153)

V případě ZAK TV skutečně platí různorodost funkcí, které pozici gatekeepera zastávají. Ve většině situací se jedná o šéfredaktora, produkčního nebo samotné redaktory. Vzhledem k dlouhodobě nastavené koncepci televize dochází téměř ve všech případech k názorovému průniku. (viz kapitola 3.4.4).

V kontextu ústředního zaměření této bakalářské diplomové práce je nutné zdůraznit rozdílné možnosti při výběru zpravodajských témat na jednotlivých mediálních úrovních. *„Každodenní generování regionálních témat je obtížnější než například v domácí rubrice celostátního zpravodajství: zde trend a témata určuje politické a společenské dění.“* (Macků 2007: 103)

V případě televizních stanic je priorita témat nastavována s ohledem na formát a kvalitu vysílání. *„Kvalitní televizní zpravodajství má ve výběru, řazení témat a jejich stopážovém odlišení zdůrazňovat témata důležitá před zábavnými. Ale zároveň má možnost využít reportážních postupů, které diváka zaujmou.“* (Záruba 2010: 89)

Podle Trampoty (2006: 86) může být klíčovým atributem při výběru informací míra názorového souznění redaktora (případně celé redakce) s daným zdrojem. Subjektivní zhodnocení pozitivního a negativního přístupu k subjektu tak mnohdy rozhoduje nejen o samotném výběru, ale případně i způsobu zpracování. (Trampota 2006: 86)

³ David M. White (1950: 383) popsal gatekeeping jako „hlídání u brány“.

Velice důležitým faktorem při rozhodování o průchodu zpráv pomyslnou „branou“ zpravodajství je koncept zpravodajských hodnot⁴, který poukazuje i na aspekt aktuální hladiny konkurence mezi tématy. „Zpravodajská hodnota určitých položek se může měnit ze dne na den.“ (Stepp in Čuřík a kolektiv 2012: 123)

1.3.4 Televizní reportáž

„Dobrá reportáž není jen novinářská rutina. V přímé, původní složce reportáže, je autor přítomen na místě a pracuje s tím, co vidí a prožívá. Formuluje vlastní výpověď, a tím vytváří kostru příběhu.“ (Osvaldová 2010: 7)

V rámci televizního prostředí se jedná o zdaleka nejfrekventovanější zpravodajsko-publicistický žánr, který v sobě pojí informativní a analytickou funkci. Jeho základní složkou jsou autentická svědectví. Charakterizovat jej lze na základě různorodosti vyjadřovacích a výrazových postupů. (Osvaldová a Halada 2017: 207)

Televizní reportáž se od klasické obrazové zprávy odlišuje přidanou hodnotou v podobě autentických záběrů z místa události nebo obrazového popisu určitého společenského jevu. (Záruba 2010: 88) *„Reportáž zaměřená na určitý jev musí nutně s obrazovou složkou mírně ustoupit. Někdy si vypomáhá dramatizací místa [...] Daleko častěji používá prvek s označením ‚ilustrační záběry‘. Čím více jich obsahuje, tím méně to je reportáž.“* (tamtéž: 88)

Televizní reportáž zdaleka není pouhým záznamem faktů. V rámci časové osy nachází průniky v zónách pochopení a zkušenosti. Ve většině případů rozebírá příčiny a souvislosti v podobě analýz a faktů. V rámci slovního zpracování současně vyhledává společné znaky ve formě příběhů, známých též jako story. Autor v takovém případě určí konkrétního „hrdinu“, který se stává nositelem dějové problematiky. (Osvaldová 2010: 6)

Podle Záruby (2010: 89) se televizní žánry (kromě filmů) dlouhodobě potýkají s fenoménem zkracování formátů, výjimkou není ani délka zpravodajské reportáže. Na vině je obecně nižší pozornost diváka, která je udržována metodou změny. *„Za maximální délku průměrné reportáže považují editoři zpravodajských pořadů 1:15 až 1:20 minuty a tuto hranici nechávají reportéry prolomit jen ve výjimečných případech.“* (Záruba 2010: 89)

⁴ Gans (1979: 40) definuje dvě základní kategorie konceptu jako hodnoty obsažené ve zpravodajství a hodnoty vyplývající ze zpravodajství.

Lokšík (2010: 85) se naopak domnívá, že koncepce digitálního vysílání v podobě kontinuálního informačního servisu přispívá spíše k prodlužování stopáže. *„Délka příspěvků se z původní průměrné stopáže překračující lehce jednu minutu posunula k minutě a půl a u hlavních zpráv dne, tzv. otvíráků, není už výjimkou stopáž přes dvě minuty a více.“* (Lokšík 2010: 85)

Osobnost autora v reportáži se podle Záruby (2010: 92) nejvýrazněji projevuje při volbě tématu a užití jazykových prostředků. Formulační obratnost a výrazová svěžest by však neměly převážet nad srozumitelností a jednoznačností. *„Audiovizuální média vždy akcentují osobnost autora. Není to však pouze pověstný stand-up [...] Reportér musí zároveň vydávat bez přehánění režisérské pokyny, vede kameramana, určuje nejen objekt snímání, ale často také pohyb kamery, velikost záběru apod.“* (Záruba 2010: 94)

1.3.5 Reportážní rozhovory

„Rozhovor není diskuse ani debata [...] je to svým způsobem stylizovaný dialog. Proto je komické, když si nějaký reportér myslí, že stačí, když před zpořádaného předloží mikrofon.“ (Osvaldová 2009: 5)

Rozhovory pro televizní vysílání jsou zcela specifickým žánrem a disciplínou. V rámci této kapitoly se zaměřuji výhradně na reportážní způsob rozhovoru, tedy proces získávání tzv. synchronů v terénu pro účely reportáže. Přestože konečný produkt obsahuje ze zmíněného druhu rozhovoru pouze několikaveršinná sdělení respondenta (otázky nezaznívají), je nezbytné, aby redaktor otázky pokládal a rozhovor strukturoval.

Bešťák (2023: 12) upozorňuje v případě reportážních rozhovorů na omezené možnosti přípravy. Před výjezdem na natáčení totiž redaktoři často ještě nevědí, kdo konkrétně bude jejich respondentem. V případech, kdy respondent není předem domluvený, to vyplývá až z momentální situace v terénu. *„Typologicky ale můžete tušit, jaké lidi na místě potkáte. Na tyto skupiny se můžete svými otázkami dopředu připravit.“* (Bešťák 2023: 12)

Ačkoliv Čuřík (2014: 98) považuje podrobnou rešerši za základní fázi každého rozhovoru, zdůrazňuje zároveň nezbytnost pokročilé schopnosti improvizace. Žurnalisté by podle něho měli nejen otázky pokládat, ale i naslouchat odpovědím, ve kterých se často objevují zcela nové a zásadní informace.

Neopomenutelnou rutinou redaktorů při rozhovorech je zaznamenání respondentova jména a funkce (pro účely titulku, pozn. autora) na mikrofon. Nejčastěji k němu dochází na začátku rozhovoru, případně na jeho konci. V případech nejednoznačnosti psané podoby sdělených údajů redaktor žádá o hláskování nebo jiné formy potvrzení. (Bešťák 2023: 17)

Rozhovor vyžaduje za každých okolností určitou strategii. Její porušení může například představovat zařazení konfliktního tématu na začátek rozhovoru. Novinář by se měl naopak snažit na místě navodit pozitivní atmosféru, díky níž se respondent snáze uvolní a jeho odpovědi budou maximálně přirozené a autentické. (Čuřík 2014: 98)

1.3.6 Multimedializace obsahu

„Pro publikaci aktuální zprávy platí zásada internet first [...] Platí to především u věcí, u kterých předpokládáme, že se dějí v tuto chvíli.“ (Čuřík a kolektiv 2012: 126)

V rámci televizního zpravodajství zaujímají významné místo online platformy, které jsou často přímo napojené na televizní stanice, a zrcadí tak jejich obsah. Televize ZAK není v tomto ohledu výjimkou, její součástí jsou totiž dva zpravodajské portály: Plzen.cz a Zak.tv. V případě regionálních televizních stanic, které zpravidla nevysílají živé zpravodajství, pak obzvláště platí, že přidružené internetové domény poskytují zpravodajské přehledy a aktuální informace jako první.

Pomalý proces adaptace na platformy nových technologií na lokální úrovni dokládá například Pavel Macků: *„V době internetové žurnalistiky je trestuhodné, že regionální média prakticky neexistují on-line.“* (Macků 2007: 103) V této souvislosti je nezbytné zdůraznit stáří citace, regionální média jsou v dnešní době jednoznačně v pokročilejším stadiu vývoje. Minimálně je ale tato citace potvrzením dlouhodobého trendu v podobě neustálého technologického skluzu regionálních médií ve vztahu k celostátním.

Propojení multimediálního obsahu televizní stanice a zpravodajského portálu v on-line prostředí je logickým vyústěním aktuálních mediálních trendů a současně odpovědí na poptávku publika. *„Video a audio se využívá na zpravodajských portálech jako multimediální doplněk psaného zpravodajství. Někdy se k článku připojuje pouze vybraná sekvence zvukového záznamu nebo videozáznamu, jindy bývá příspěvek ucelený, jako třeba videoreportáž.“* (Čuřík 2014: 59)

Čuřík a kolektiv (2012: 126) došli mimo jiné k závěru, že v době internetu je zcela nezbytné vytvořený mediální obsah okamžitě využít na nejrychleji aktualizované platformě. V případě zúžitkování zprávy primárně v on-line prostředí je pak na tradičních médiích, aby k informaci zvolila odlišný přístup, nahlédla na ni z jiné perspektivy a pouze nekopírovala to, co už je divákům k dispozici na internetu.

Již neodmyslitelnou součástí pracovní náplně redakcí se stala propagace mediálního obsahu na sociálních sítích. Bednář (2011: 205) identifikuje nejvýraznější přínos užívání sociálních sítí v podobě možnosti sebe prezentace mediální organizace a prostoru pro přijímání přímé zpětné vazby od publika. Tento nový způsob komunikace s diváky je užitečný nejen pro média webová, ale i média tradiční.

2 Metodika

2.1 Vymezení výzkumného cíle a otázek

Výzkumným cílem této bakalářské diplomové práce je zjistit, jak se proměnil přístup redaktorů západočeské regionální televize k mediálním rutinám ve dvou po sobě jdoucích časových obdobích. Výzkum je zaměřený na pracovní postupy jednotlivých redaktorů a organizační stránku celé redakce. Prvním zkoumaným vzorkem jsou zástupci redakce z let 2020 až 2022 (pouze do září), druhým vzorkem pak představitelé soudobé redakce z období mezi zářím 2022 a současností.

Hlavní výzkumnou otázkou se ptám, *jakým způsobem se proměnily mediální rutiny redakcí novodobé éry televize ZAK?* Dílčí výzkumné otázky se pak zajímají o podrobnější poznatky ke každodennímu fungování redakce: *Jakým vývojem prošla struktura redakce ZAK TV? K jakým proměnám došlo v organizaci práce a systému plánování? Jakých změn doznaly pracovní postupy redaktorů ZAK TV?*

Mezi další mediální rutiny, jež autor v rámci vymezených redakčních skupin analyzuje, se řadí systém plánování, zpracování reportáží nebo míra zainteresovanosti v on-line zpravodajství, které je v případě ZAK TV úzce napojené na televizní stanici v podobě dvou přidružených zpravodajských portálů.

2.2 Kvalitativní výzkum

S ohledem na dosažení stanoveného cíle byl pro účely této práce zvolen kvalitativní výzkum, jehož parametry nejvíce odpovídají výzkumnému záměru. Analytická část práce se totiž do hloubky zabývá konkrétní sférou lokální žurnalistiky.

„Předmětem kvalitativní metodologie je studium běžného, každodenního života lidí v jejich přirozených podmínkách.“ (Petrušek 1993: 129) Podle Hendla (2005: 50) vybírá kvalitativní výzkumník na počátku svého výzkumu hlavní téma a určuje základní výzkumné otázky, které však může v průběhu sběru a analýzy dat volně rozšiřovat a modifikovat. Na základě tohoto přístupu bývá kvalitativní výzkum často označován jako tzv. pružný výzkum.

Podle Sedlákové (2014: 51) je kvalitativní metodologie založená na zkoumání sociální reality z pohledu samotných aktérů, v kontextu jejich života, jejich vlastního jazyka a v předem nestrukturovaných interpretacích. To je podle ní zároveň důvod, proč kvalitativní výzkumy pracují s tzv. měkkými daty, která mohou představovat slovní výpovědi a zápisy delšího rozsahu nebo vyobrazení. *„Kvalitativní šetření se soustředí na jednotlivé jevy, jedince či případy a snaží se o nich vypovídat co nejpodrobněji.“* (Sedláková 2014: 49)

Připomínky kvantitativních výzkumníků vůči kvalitativnímu výzkumu, který pracuje pouze s omezeným počtem jedinců, bývají podle Hendla (2005: 53) v mnoha případech jejich největší předností. *„Výhodou kvalitativního přístupu je získání hloubkového popisu případů. Nezůstáváme na jejich povrchu, provádíme podrobnou komparaci případů, sledujeme jejich vývoj a zkoumáme příslušné procesy.“* (Hendl 2005: 53)

2.3 Metoda a technika výzkumu

V rámci kvalitativního výzkumu bude aplikována metoda polostrukturovaného rozhovoru s vybranými komunikačními partnery. S pomocí této metody je totiž možné zjistit velice detailní a přesné informace o zkoumaném jevu.

Zmíněné polostrukturované rozhovory, které se někdy označují též jako řízené, semistrukturované nebo s návodem, se podle Sedlákové (2014: 211) řadí mezi nejvyužívanější techniky dotazování v oblasti kvalitativního přístupu. *„Polostrukturovaný rozhovor bývá považován za optimální způsob získávání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení. Patří proto k nejčastěji využívaným technikám kvalitativního výzkumu.“* (Sedláková 2014: 211)

Během realizace rozhovorů s návodem je podle Hendla (2005: 174) čistě na tazateli, v jakém pořadí a jakým způsobem získá informace, které přibližují danou problematiku. Volnější přístup navíc vtaňuje i na možnost přeformulování otázek na základě konkrétní situace. *„Rozhovor s návodem umožňuje provést rozhovory s několika lidmi strukturovaněji a ulehčuje jejich srovnání. Pomáhá udržet zaměření rozhovoru, ale dovoluje dotazovanému zároveň uplatnit vlastní perspektivy a zkušenosti.“* (Hendl 2005: 174)

V kontextu rozebírané metody rozlišuje Sedláková (2014: 211) dva typy otázek: primární neboli předem připravené, a sekundární či sondážní, které vznikají až v průběhu

realizace rozhovoru s cílem doplnit získané výpovědi. Z tohoto důvodu autorka považuje za vhodné, pokud je tazatelem samotný výzkumník. (tamtéž: 211)

Analýza dat v rámci kvalitativního výzkumu je založená především na hledání vzájemných souvislostí a pravidelností. V tomto konkrétním případě se jednalo o analýzu dat na úrovni primárního kódování.

2.4 Výběr výzkumného vzorku

Výběr výzkumného vzorku byl vymezen časovým rozmezím od roku 2020, kdy ZAK TV změnila většinového vlastníka a odstartovala její pomyslná novodobá éra, do současnosti, tedy do března 2023. Tento časový úsek je v rámci analytické části rozdělen do dvou dílčích období, ve kterých v redakci působily dvě odlišné pracovní skupiny. Za zlomový bod zmíněných etap lze považovat září 2022, kdy došlo k rozsáhlé výměně personálu v rámci redakce včetně postu šéfredaktora.

Z každého období byli autorem práce vybráni tři zástupci, v celkovém součtu šest komunikačních partnerů. Skladba představitelů každého období byla identická – jeden zástupce šéfredaktora a dva redaktori. Uvedené rozdělení zároveň posloužilo jako struktura polostrukturovaných rozhovorů. Za účelem výzkumu byly vytvořeny dvě odlišné sady otázek pro zmíněné pracovní pozice (zástupce šéfredaktora, redaktor). Schéma otázek pro zástupce šéfredaktora cílila především na organizační záležitosti redakce. Sada otázek pro redaktory pak byla zaměřená na pracovní postupy a osobité vnímání chodu redakce.

Speciálním případem ve vybraném výzkumném vzorku je redaktor Miroslav Sedláček, který v redakci ZAK TV pracoval v průběhu obou zkoumaných období. Pro účely této bakalářské práce byl zařazen mezi představitele původní redakce. Při rozhovoru proto komentoval pouze podobu mediálních rutin mezi roky 2020 až 2022.

Číslo za jménem komunikačního partnera v analytické části práce odkazuje na dílčí části rozhovorů v přílohách práce.

Ještě před publikací této práce začal její autor (od února 2021) s redakcí spolupracovat jako externista na pozici redaktora.

3 Analytická část

3.1 Profil ZAK TV

Regionální televizní stanice ZAK TV vysílá nepřetržitě každý den v půlhodinové smyčce, která se aktualizuje vždy v 17:00. Kromě hlavního zpravodajského pořadu Zprávy uvádí i publicistické pořady jako Studio Z, Ekologika nebo Za ušima.⁵ Ve všech aspektech produkce je kladen velký důraz na regionální témata. Smyčku pořadů podle mediální databáze Newtonmedia sleduje v průměru 175 tisíc diváků týdně.

3.2 Historie západočeské regionální televize

ZAK TV je regionální televizní stanice, která vysílá na základě rozhodnutí o udělení licence od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) vydaného 17. prosince 1996 (viz licence k televiznímu vysílání v regionu v přílohách práce). Původní redakce se brzy po svém vzniku přesunula z Chebu do Plzně, kde sídlí dodnes. Svým vysíláním od počátku pokrývá území Plzeňského a Karlovarského kraje.

V září 2008 se stala ZAK TV součástí Regionální zpravodajské televizní sítě (R1). V rámci R1 začaly jednotlivé stanice sdílet vysílací kmitočty s Televizí Prima, která do projektu začlenila své pražské a středočeské vysílání. Regionální televize tehdy spojilo jednotné programové schéma a kompletní grafická identita.⁶

K ukončení projektu R1 došlo na konci roku 2011 ze strany Televize Prima, čímž odstartovala éra samostatné ZAK TV. Své vlastní celodenní vysílání zahájila 15. ledna 2012 v 17 hodin pořadem Studio Z, jehož hostem byl tehdejší ředitel televize Jindřich Marek.⁷

Na jaře 2018 se ZAK TV připojila do mediální skupiny Euronova group, jejímiž členy jsou dále například televizní stanice Plzeň TV, zpravodajský portál Plzen.cz nebo síť

⁵ ZAK TV: Západočeská televize ZAK [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.zaktv.cz/>

⁶ R1 Televize: regionální zpravodajská televizní síť [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: www.r1televize.cz

⁷ Západočeská Zak TV odstartovala v tamním multiplexu 3. Podívejte se jak. Lupa.cz [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/zapadoceska-zak-tv-odstartovala-v-tamnim/>

reklamních billboardů a tiskáren. Od listopadu 2020 je Euronova group jediným majitelem ZAK TV.⁸

Vzhledem k historickému kontextu regionu navázala ZAK TV v průběhu let i přeshraniční spolupráci s partnerskými regionálními televizemi v Bavorsku. V rámci projektu podporovaného bavorskou mediální radou vzniklo například několik desítek dílů magazínu nazvaného „Perspektiva Evropy“. Informace o dění v Plzeňském kraji se tak pravidelně dostávaly i k divákům v příhraniční části Spolkové republiky Německo.⁹

3.3 Medailony výzkumných jednotek

Představitelé redakce ZAK TV (2020-2022)

Michaela Adámková – zástupkyně šéfredaktora

Svou mediální dráhu zahájila v roce 2003, kdy nastoupila jako píšící redaktorka do Plzeňského deníku. V průběhu let přispívala hned na několik zpravodajských portálů, nebo do časopisu Veřejná správa Ministerstva vnitra ČR. V redakci ZAK TV začala pracovat v roce 2017 na pozici televizní reportérky, od roku 2020 současně fungovala jako zástupkyně šéfredaktora. Západočeskou regionální televizi opustila v září 2022. V současné době působí na pozici tiskové mluvčí MO Plzeň 3.

Miroslav Sedláček – redaktor

V listopadu 1988 nastoupil jako redaktor do týdeníku Tachovská jiskra. Později se stal jedním z prvních přispěvatelů Chebského deníku, kam denně cestoval z redakce v Mariánských Lázních. V roce 1992 stál u zrodu Tachovského deníku, v jehož redakci působil až do roku 2004. V následujícím roce nastoupil do ZAK TV (krajská redakce TV Prima, pozn. autora). Mezi lety 2012-2013 pracoval jako redaktor TV Prima pro západní Čechy. Následně se vrátil do ZAK TV, kde zpracovával denní zpravodajství pro Karlovarský kraj. V roce 2016 nastoupil do televize Plzeňská 1 (později Plzeň TV, pozn. autora). Po sjednocení vlastnické struktury v roce 2018 opět působí v ZAK TV, kde v současné době pracuje v pozici redaktora.

⁸ Euronova group: O nás [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.euronovagroup.com/about-us/>

⁹ Informace pochází ze souhrnného archivního materiálu ZAK TV, který poskytla redakce.

Klára Tipanová – redaktorka

V médiích začala působit v září 2020, kdy nastoupila na pozici redaktorky ZAK TV. Od poloviny roku 2021 zároveň jednou týdně moderovala hlavní zpravodajskou relaci. Na dvouleté působení v ZAK TV navázala v říjnu 2022, kdy začala pracovat jako redaktorka v regionální redakci České televize pro západní Čechy. V současné době pracuje pro novou mediální platformu Newspark.

Představitelé redakce ZAK TV (2022-2023)

Petr Smazal – zástupce šéfredaktora

V roce 2016 začal pracovat pro externí produkci TV Barrandov, kde se scénáristicky podílel na publicistických pořadech. Ve stejném roce začal pracovat i pro externí produkci TV Nova. Ve spolupráci se společností Rolling media následně připravoval scénáře k publicistickým pořadům pro Českou televizi. V roce 2020 krátce spolupracoval s TV Prima na kriminálním seriálu. V redakci ZAK TV působí od září 2022 na pozici zástupce šéfredaktora a produkčního.

Lenka Prokšová – redaktorka

V médiích se pohybuje už od roku 2018, kdy začala pracovat pro Plzeňský deník v pozici řadové píšící redaktorky. V Deníku, který vydává společnost Vltava Labe Media, strávila čtyři a půl roku. Do redakce ZAK TV nastoupila jako redaktorka v prosinci 2022. Ve svých reportážích se nejčastěji zaměřuje na sociální témata. V západočeské regionální televizi nyní moderuje i hlavní zprávy.

Petr Kosař – redaktor

Své působení v médiích začal jako mediální konzultant ve společnosti RADIOHOUSE. V roce 2019 nastoupil jako rozhlasový moderátor do Rádia Samson. Ve stejné pozici následně vysílal i v Rádiu Západ, kde působil do konce roku 2021. Do redakce ZAK TV nastoupil v září 2022 na pozici externího redaktora. Současně pracuje v podcastovém rádiu.

3.4 Výzkum mediálních rutin

3.4.1 Struktura redakce

V rámci analyzovaných období se v redakci ZAK TV projevuje dlouhodobý trend regionálních médií v podobě snižování stavu zaměstnanců.¹⁰ Na postupnou transformaci redakcí na všech úrovních poukazuje Čuřík (viz kapitola 1.3.1).

„V tehdejší televizní redakci jsme byli čtyři stálí zaměstnanci, společně s námi se na chodu redakce podíleli tři redaktori na poloviční úvazek [...] Stálých kameramanů jsme měli šest, do terénu vyjížděli až čtyři z nich. Speciálně pro komerční sféru fungoval ještě jeden samostatný.“ (Adámková, 18)

V současné redakci fungují dohromady čtyři redaktori (všechny typy úvazků), což představuje výrazný úbytek oproti prvnímu období. Kameramanů je celkem pět, tedy pouze o jednoho méně než dříve, do terénu ale většinou vyrážejí pouze dva. Část produkce navíc nově vypomáhá s rozvojem Ústecké regionální televize v rámci spolupráce napříč mediální skupinou. Komerční sekce s externím kameramanem pracuje beze změn.

Hierarchie uvnitř redakce ZAK TV vychází ze schématu základních modelů organizace, které jsou naznačené v kapitole 1.3.1 (Organizace redakční práce, plánování). Všichni členové redakce (včetně technického zázemí) spadají pod šéfredaktora, v jehož kompetenci je schvalování reportáží a jejich témat, delegace víkendových služeb a jiných povinností. V případě nepřítomnosti šéfredaktora přebírá popsané pravomoci jeho zástupce. Do výsledných mediálních obsahů ale může promlouvat i provozní ředitel.

Zvolená témata musí splňovat základní kritéria, která stanovuje vedení redakce. V průběhu analyzovaných období k zásadní změně kritérií nedošlo. Vedení redakce dlouhodobě preferuje především aktuální a divácky atraktivní témata. Při výběru navíc často zohledňuje také časovou náročnost realizace. Současný zástupce šéfredaktora Petr Smazal (7) pak zmiňuje prioritu exkluzivních zpráv, kvůli kterým se mnohdy dokonce mění plán vysílání.

Mezi oficiální kompetence šéfredaktora se v minulosti řadil také výběr krátkých zpráv¹¹, v původní redakci se ale na této činnosti podíleli redaktori rovnoměrně. V současné době se

¹⁰ Do přehledu nejsou započítáni mediální konzultanti, tj. obchodní oddělení.

¹¹ Krátké zprávy jsou součástí hlavní zpravodajské relace. V rámci vysílání oddělují jednotlivé reportáže.

tato povinnost přesunula mezi úlohy produkčního. „*Systém výběru a struktury čtených zpráv je tedy zavedený už od původní redakce.*“ (Kosař, 21)

Ze zrealizovaných rozhovorů je patrné, že redaktor a kameraman jsou v maximální možné míře rovnocennými partnery. V otázce rozhodujícího slova ale kameraman redaktorovi podléhá. Jak uvádí Záruba (viz kapitola 1.3.4), redaktor kameramana vede a udává režisérské pokyny. V případě ZAK TV jsou pak role v rámci štábu jasně dané, kameraman má na starosti veškeré technické atributy včetně řízení vozidla při cestách na natáčení.

V rámci redakce funguje nepsané pravidlo o mezigenerační struktuře. Mladší redaktoři se ve svých začátcích tradičně řídí pokyny a doporučeními svých služebně starších kolegů. Podle Kláry Tipanové (8) bylo zcela běžnou záležitostí konzultovat výběr témat nebo způsob zpracování s ostatními kolegy. K obdobnému procesu přirozeného začleňování, který fungoval dříve, přitom dochází i dnes.

Redaktoři jsou dlouhodobě členění na základě tematických preferencí. Nejedná se však o konkrétní specializace a zaměření, ale obsáhlejší tematické oblasti. Určitý rámeček v tomto ohledu fungoval již v původní redakci, kde byl vyhrazený redaktor pro dění ve všech městských obvodech, politické události, krimi, nebo kompletní dopravní přehledy. Mimo zmíněných příkladů ale redaktoři zpracovávali témata napříč celým zpravodajstvím.

Obdobné rozložení okruhů funguje i v redakci současné, kde si vybraní redaktoři primárně hlídají dopravní informace, politická zasedání, nebo společenské akce. Stejně jako v původní redakci jsou ale redaktoři ve většině případů schopni zpracovat jakékoliv téma.

Ke spolupráci mezi stálými redaktory dochází pouze v rámci společných projektů. Své vlastní reportáže mezi sebou z časových i provozních důvodů nekonzultují. Běžnou praxí zůstává vzájemná výměna informací při zpracovávání podobných témat.

3.4.2 Organizace redakční práce

Mezi dílčí faktory organizace redakční práce se řadí systém přerozdělování témat vedením redakce. Tato problematika odráží v případě ZAK TV výše popsané teoretické rámce, neboť velkou část její produkce zaměstnávají především komerční zakázky. Obchodní strategie, která je určena k maximalizování příjmů, zejména příjmů z reklamy, je podle Franklina (viz kapitola 1.1) charakteristickým rysem lokálních televizních stanic.

Vedení původní redakce přidělovalo témata zejména v případech komerčních reportáží, kterých bylo zhruba 30 % z celkové produkce. V současné době již zastoupení komerčních reportáží v rámci tvorby mediálních obsahů atakuje 60 %. Z uvedeného poznatku vyplývá, že médium stále více funguje na principu placených reportáží na zakázku, které pak vysílá ve vyhrazených reklamních blocích, nebo je přímo poskytuje k užívání svým klientům. Tato činnost nijak nenarušuje fungování klasických regionálních zpráv, výrazně ale určuje pracovní náplň redaktorů.¹²

Organizační hledisko rozhoduje i o skladbě televizních štábů, které na natáčení vyjíždějí ve složení kameraman a redaktor. Konkrétní podoba štábů spadá do oblastí, které přílišnou proměnou neprošly. Michaela Adámková i Petr Smazal se shodují v preferenci stálé podoby dvojic, která přispívá k ustáleným vazbám ve spolupráci.

Pro kvalitní fungování štábu je důležitá stabilita, která se promítá do osobních vazeb i profesní sebranosti. Kameraman tak například může u stálého kolegy v pozici redaktora předpokládat, jaké typy záběrů od něho bude očekávat. Důvodem pro změnu zaběhlého složení štábů v původní redakci byly vždy především výjimečné situace. K mimořádné výměně docházelo v případě nemoci, nuceného volna nebo dovolené.

K rotacím dochází minimálně i v současné pracovní skupině. Redaktorka Lenka Prokšová (14) uvádí, že k výměně kolegy dochází maximálně ve 30 % případů, kdy je potřeba zpracovat mimořádnou událost, nebo dojde k neočekávané změně v redakčním plánu.

Základní kostrou hlavní zpravodajské relace je vysílací schéma. Jeho aktuální podoba se ve srovnání s původní redakcí nijak nezměnila, což dokládají slova současného zástupce šéfredaktora Petra Smazala. „*Vysílací schéma je stále stejné. Po úvodní znělce moderátor představí headliny k jednotlivým reportážím. Každý den máme ve vysílání 2-3 reportáže [...] Jednotlivé reportáže bývají oddělené krátkými zprávami. Těch bývá zpravidla minimálně šest z Plzeňského kraje a tři až čtyři z Karlovarského kraje. V závěru se pak vysílá sportovní a kulturní přehled.*“ (Smazal, 13)

Popisované schéma navíc vykazuje prokazatelné podobnosti s vysílacím schématem ZAK TV z roku 2005, které je uvedené v přílohách práce. Mediální rutina tak v tomto ohledu trvá již téměř 20 let. Nejvýraznějším rozdílem je vizuální identita vysílání, která odpovídá vývoji nových technologií v oblasti televizní grafiky.

¹² Redaktoři zpravodajských pořadů neúčinkují vzhledem k Zákonu č. 231/2001 Sb. v obchodních sděleních.

K poměrně zásadní změně však došlo v systému uzávěrek. Prodloužení časové rezervy mezi nejzazším možným odevzdáním reportáže a začátkem vysílání potvrzují výpovědi zástupců obou analyzovaných redakčních skupin. Čas, kdy startuje premiéra hlavní zpravodajské relace, přitom zůstává stále stejný. Mezi lety 2020 až 2022 musela být klasická reportáž hotová přibližně do 16:00. Ve výjimečných případech docházelo k odevzdání dokonce až půl hodiny před začátkem zpráv, tedy v 16:30.

V soudobé redakci je mezní hranicí pro odevzdání hotové reportáže 15:00, což představuje dvouhodinovou rezervu před začátkem nových zpráv. Důvodem této změny je nižší stupeň rutiny v otázce psaní reportážních scénářů na straně členů současné redakce. Celý proces jim trvá déle, z čehož logicky vyplývá delší časová rezerva. Naopak původní redakce si vzhledem k zaběhlým pracovním postupům dovolila daleko větší riziko.

Nedílnou součástí hlavní zpravodajské relace jsou také tzv. křafasy, tedy krátké čtené zprávy, které se připravují v průběhu celého dopoledne souběžně s reportážemi. V původní redakci si tuto činnost mezi sebe rozdělovali redaktori. K založení sdíleného souboru docházelo už brzy ráno, v průběhu dopoledne pak do něho jednotliví redaktori vkládali své příspěvky. Uzávěrka byla s ohledem na další zpracování kolem poledne.

V současné redakci je tvorbou křafasů pověřený zástupce šéfredaktora, který se v dopoledních hodinách věnuje výhradně této činnosti. Jednotliví redaktori do sdíleného dokumentu doplňují pouze studia (úvod k reportáži, který čte moderátor ve studiu) ke svým reportážím.

K delegaci úkolů docházelo a stále dochází stejným způsobem. Ten totiž odráží uspořádání redakce v rámci budovy, kde sídlí. Redaktori sdílejí společnou kancelář, takže si operativně sdělují potřebné záležitosti v rámci otevřeného prostranství. Složitější komunikace nastává ve vztahu k technickému zázemí kameramanů včetně střížen a studií, které sídlí o patro níže. Mezi jednotlivými odděleními využívají zaměstnanci už řadu let pevnou linku, kterou má na svém místě každý redaktor a kameraman. Společná organizační setkání probíhají ve formě redakčních porad, které jsou detailně rozebrány v oddíle Systém plánování (viz kapitola 3.4.3).

Tradiční složkou chodu redakce bývají víkendové služby, výjimkou v tomto případě není ani ZAK TV. Jejich absolvování není povinností vycházející ze smlouvy, napříč zástupci redakce jsou vnímané jako nepsané pravidlo, na jehož plnění se podílejí všichni redaktori rovnoměrně. Pravidelné střídání štábů potvrzují zástupci obou analyzovaných období.

Podobně jako aktéři zůstává v rámci víkendových služeb stejná i obsahová složka. Redakce o víkendech natáčela a stále natáčí pouze placené reportáže, které mají podobu nejruznějších slavností a festivalů v městských obvodech, menších městech a na vesnicích. Absence klasického zpravodajství v rámci víkendového přehledu je způsobená finanční náročností víkendových služeb pro televizní rozpočet.

Ve srovnání s běžným všedním dnem se náplň víkendových služeb liší téměř ve všech ohledech, pro televizní štáby se tak jedná o zcela specifickou záležitost. Kameraman s redaktorem dostanou na základě redakčního kalendáře zadaná témata, jejichž zpracování a související logistiku mají plně ve své režii. Ve většině případů se tak aktéři nesetkávají v redakci, ale přímo až v místě natáčení. Z víkendových natáčení se televizní štáb již nevrací do redakce, reportáž zpracovává až na začátku nového týdne. Okamžité zpracování vyžadují pouze zcela mimořádné události typu voleb.

Motivace pro obsazování služeb je čistě individuální. Redaktoři navíc často vycházejí vstříc osobním potřebám svých kolegů. *„V tehdejší redakci jsem byla nejmladší, takže jsem byla ráda za každou příležitost. Zároveň jsem se snažila usnadnit práci starším kolegům, kteří už měli vlastní děti a chtěli se jim věnovat.“* (Tipanová, 23)

K přerozdělování víkendových služeb docházelo a stále dochází vždy před začátkem nového měsíce. Na jednoho redaktora v průměru vychází jedna služba v daném měsíci. V případě neobsazené služby se redakce snaží využít i externí redaktory, kteří s televizí spolupracují. Hlavní kontrolu nad obsazováním víkendových štábů má dlouhodobě šéfredaktor, který je zodpovědný za jejich řádné plnění.

3.4.3 Systém plánování

Stěžejním prvkem systému plánování jsou tzv. redakční porady. Ruß-Mohl a Bakičová demonstrují redakční porady jako podstatný nástroj celkové koordinace jednotlivých složek v organizaci, který funguje ve většině médií na pravidelné bázi (viz kapitola 1.3.1). Tato definice převážně koresponduje také s pojetím porad v rámci ZAK TV. Zároveň se zde vyskytují všechny tři typy redakčních porad, jak je rozlišuje Miriam Meckel (viz kapitola 1.3.1).

V prvním analyzovaném období byla pravidelnost redakčních porad částečně ovlivněna pandemií covidu. Osobní setkávání, které dočasně nahradily telefonáty, se ale postupně navrátilo do původní podoby. Redakční porady se následně konaly každé ráno. Redaktoři na ně

přicházeli s vlastními náměty, které museli před zbytkem redakce představit a obhájit. Současné byly jednou týdně realizovány porady, kde byli přítomni zástupci širšího vedení společnosti.

V současné době se redakční porady konají ve zhruba stejné frekvenci jako v případě původní redakce. Setkání začínají každý den v 8:45. Redaktoři se v rámci nich domlouvají, jaká témata budou v daném dni zpracovávat. Vzhledem k pracovnímu vytížení se ale mnohdy stává, že jsou redaktoři v čase porady již v terénu, a tak domluva proběhne pouze rychlou předávkou informací v kanceláři.

Kromě redakčních porad je nedílnou součástí systému plánování také redakční kalendář, který v redakci funguje již řadu let. V původní redakci sloužil jako sdílené úložiště, kam měli přístup všichni redaktoři. Do aplikace, která byla napojená na firemní mail, se v té době zadávaly zejména termíny natáčení publicistických pořadů a komerčních reportáží.

V současné době plní kalendář podobný účel, přístup má však pouze šéfredaktor a produkční, který údaje o událostech zprostředkovává redaktorům a současně mezi ně povinnosti distribuuje. Pozice produkčního, která v redakci vznikla až s příchodem Petra Smazala, spočívá v každodenním vytváření produkční tabulky. Dokument, ve kterém jsou stručně popsány události daného dne, vzniká v zájmu větší přehlednosti pracovních úkonů. Tabulka je rozdělena do skupin natáčení a redakční práce¹³.

Podle Norberta je redakční práce silně reaktivní (viz kapitola 1.3.1). ZAK TV není v tomto ohledu výjimkou, neboť je dlouhodobě nucená svým provozem reagovat na mimořádné a nepředvídatelné události, které narušují již dříve naplánovaný program. V takových situacích rozhoduje o koordinaci štábů v terénu prioritou jednotlivých úkolů (politická a společenská důležitost události, termíny odevzdání komerčních reportáží apod.).

Speciálním případem plánování výjezdů jsou vzdálenější lokality. Redakce se v takových situacích snaží vždy dohledat další vhodná témata při cestě, aby se štáb z delší cesty vrátil s materiálem minimálně na 2-3 reportáže. S touto strategií se ztotožňuje i současná redakce. Podle Petra Smazala (16) je nezbytné zohlednit kapacitu jednotlivých aut, lidí a techniky. V této souvislosti zdůrazňuje zejména ekonomické hledisko.

Plánování rozhovorů s respondenty je úlohou redaktorů, kteří se při výběru termínů dlouhodobě řídí především naléhavostí zpracovávané informace. U zpravodajských reportáží se jedná o domlouvání ze dne na den. V případě tiskových mluvčích je možné počítat

¹³ Položka redakční práce je dále členěná dle pracovních pozic (redaktoři, kameramani).

s vyjádřením ještě v daném dni, kdy je téma aktuální. Podle Petra Kosaře (18) se čas mezi oslovením respondenta a realizací rozhovoru prodlužuje úměrně ke společenské významnosti osob.

U nadčasových témat redaktoři volí delší intervaly plánování, respondenty v takových případech oslovují například v týdenním předstihu. Postoje redaktorů napříč obdobími jsou ale v této otázce téměř totožné.

3.4.4 Pracovní postupy redaktorů

Tvorba mediálních obsahů v redakci ZAK TV začíná standardně výběrem témat. Redaktoři se tak v tomto případě částečně stávají tzv. gatekeepery, jejichž možné zastoupení v této roli předepisuje Čuřík a kolektiv (viz kapitola 1.3.3). Úloha gatekeepera je ale ve finále rozdělená mezi více osob, témata totiž definitivně schvaluje šéfredaktor.

Samotný proces výběru témat je u jednotlivých redaktorů zcela individuální. Do celého postupu se navíc promítá regionální aspekt média. Redaktor Miroslav Sedláček se například vždy řídil filozofií nazvanou *reportáž tvoří reportáž*, která vychází ze série dalších doporučení místních lidí při zpracovávání jednoho tématu. K inspiraci rovněž využíval webové stránky měst, obcí a obvodů.

Podobný přístup k výběru témat zaujímal také Klára Tipanová: „*Dívala jsem se hodně kolem sebe a poslouchala lidi. Občas se stalo, že někdo sám přišel a řekl, co ho v místě jeho bydliště trápí.*“ (Tipanová, 6) Mimo tipů od lidí ale původní redakce využívala také informace od tiskových mluvčích, tiskové zprávy kraje, měst a významných institucí nebo lokální zpravodajské weby jako Plzeňský deník, Plzen.cz, Krimi-Plzeň apod.

Téměř totožné zdroje informací uvádí také zástupci současné redakce, což dokládá kontinuitu redakčních postupů v čase. Mírného vývoje doznala pouze preference zpravodajských webů, v současné době je totiž kladen mnohem větší důraz na využívání přidružených zpravodajských portálů Plzen.cz a Zak.tv, což souvisí s výrazně větší mírou propojenosti televizní stanice s vlastními on-line médii.

Redaktoři napříč obdobími se zároveň shodují v otázce ověřování informací. Na regionální úrovni podle nich není mnoho případů, které by vyžadovaly vícestupňovou kontrolu. Tím, že do reportáže získají vyjádření 2-3 na sobě nezávislých respondentů alias zdrojů, považují informaci za ověřenou.

Jak uvádí Orálek (viz kapitola 1.2), významný benefit získávají regionální novináři v podobě osobních vazeb a kontaktů se zástupci lokálních tiskových oddělení. Výskyt tohoto jevu v praxi potvrzují vyjádření redaktorů ZAK TV. *„Tiskoví mluvčí hlavních regionálních institucí, měst nebo kraje, kterým volám nejčastěji, jsou většinou moji kamarádi. Velkou výhodou toho, že se známe osobně, je to, že mi určitě řeknou víc informací, než by mi řekli formálně.“* (Prokšová, 3)

Vybudování vlastní sítě kontaktů je však dlouhodobý proces. Začínající redaktori proto oslovují zejména osoby se vztahem k dané problematice bez ohledu na osobní vazby.

Pro získání vyjádření od respondentů nevyžívají redaktori pouze osobních setkání, jejich běžnou rutinou jsou také nahrávky telefonátů. Zlomovým obdobím ve vývoji těchto nástrojů byla covidová pandemie, kdy původní redakce začala využívat mobilní aplikace typu WhatsApp, přes které tiskoví mluvčí zasílali redaktorům videa se svým vyjádřením.

S návratem do běžného režimu fungování se ovšem vývoj pozastavil. *„V dnešní době už nejsou videohovory žádný problém, i přesto je ale poměrně náročné přimět redaktory, aby začali pracovat s aplikacemi typu Skype. [...] Do budoucna bychom to ale chtěli změnit. Tím pádem pak můžeme mnohem snáze pokrývat i vzdálenější okresy v regionu.“* (Smazal, 10)

Pracovní postupy redaktorů související s realizací reportáže a tvorbou rozhovorů se v průběhu dvou analyzovaných období nijak neproměnily. V závislosti na zkušenostech jednotlivých redaktorů se vyskytují pouze drobné odchylky bez jakékoli souvislosti se systémovým pojetím dané pracovní skupiny.

Před výjezdem do terénu se všichni redaktori věnují vyhledávání informací o dané problematice. Zkušenější redaktori už mají v této fázi většinou jasnou představu o tom, jak bude výsledná reportáž vypadat a co bude její nosné téma. *„Když prokážete svou znalost, respondenti vám často odpovědí kvalitněji.“* (Tipanová, 12) Jak ovšem upozorňuje Bešťák (viz kapitola 1.3.5), řešerše k reportážním rozhovorům je možné připravit pouze v rámci dostupných dat, spoustu souvislostí se novinář dozvídá až v místě natáčení. Základním předpokladem je volba vhodných respondentů a lokality.

Oslovení redaktori se v souvislosti s realizací rozhovorů shodují na důležitosti dvou faktorů. Prvním z nich je obeznámení respondenta s hlavními tématy rozhovoru a společná diskuze o možných otázkách. Tento postup je stejný v případě tiskových mluvčích nebo

odborníků na konkrétní oblast, lehce odlišný přístup pak redaktoři volí před rozhovory s politiky.

Druhým faktorem je snaha o vytvoření maximálně komfortního prostředí pro respondenta. „*Někteří lidé jsou vystresovaní z kamery a mikrofonu, tak je musíte uklidnit. Řeknete jim, že pokud to pokazí, není problém kameru zastavit, natočený materiál sestříhat a tak dále.*“ (Sedláček, 12)

Neodmyslitelným prvkem pracovních postupů v průběhu natáčení je vzájemná koordinace televizního štábu. Zpovídání redaktoři nachází konsenzus v pohledu na rozvržení jednotlivých pracovních úkonů. Podle Kláry Tipanové (19) tvoří oba členové jeden tým, kde má kameraman na starosti obraz a redaktor vše spojené s organizací.

Redaktor se nechává kameramanem navigovat v otázce správného postavení, které se hodnotí s ohledem na hladinu světla a celkový záběr. Na následné zvukové zkoušce se podílejí společnými silami. V případě ilustračních záběrů redaktor vyjadřuje preference ohledně typu a obsahu ilustračních záběrů.

Po návratu do redakce přichází na řadu zpracování materiálů. Konkrétně pro redaktory tato fáze znamená sepsání scénáře, který následně slouží jako manuál ke střihu. Ještě před finální kompletací redaktoři načítají tzv. asynchrony, které vyžadují důslednou práci s hlasem a kvalitní techniku čtení textu. K namlouvání záznamů slouží nahrávací místnost s mikrofonem, která je umístěná přímo v budově redakce. Výjimkou je v tomto ohledu redaktor Petr Kosař, který má z osobních důvodů zřízené domácí studio, díky němuž je v případě potřeby schopný produkovat nahrávky s adekvátní kvalitou pomocí vzdáleného přístupu.

3.4.5 Zpracování a skladba reportáže

Jak zmiňuje Záruba (viz kapitola 1.3.4), čím více je v reportáži ilustračních záběrů, tím méně se jedná o reportáž, ale spíše o obrazovou zprávu. Pro naplnění podstaty reportáže je tedy nezbytné, aby v ní figurovali respondenti. Shodná vyjádření všech komunikačních partnerů potvrzují totožné pohledy obou redakcí na jejich počet. Základem reportáží ZAK TV jsou tak dlouhodobě minimálně dva až tři respondenti.

Mezi zásadní hodnotící kritéria reportáží ZAK TV v současné době patří stylistická stránka, obsahová nezaujatost nebo technická správnost grafik a záběrů. Stejně hodnotící parametry přitom využívala i pracovní skupina z let 2020 až 2022.

V pohledu na směřování reportážní minutáže se odborné názory rozcházejí (viz kapitola 1.3.4). V případě ZAK TV spíše odpovídá tendence, kterou popisuje Lokšík, tedy prodlužování celkové stopáže. Vzhledem k formátu televizního vysílání se jedná o logické vyústění dlouhodobého trendu. V prvním analyzovaném období byla ideální stopáž reportáže 2 minuty, v mnoha případech se pak stávalo, že redakce stopáž nedodržela a reportáž byla ještě delší. V téměř všech případech byl součástí reportáže také stand-up. Podobné časové údaje uvádějí i členové současné redakce, z čehož vyplývá, že v tomto ohledu k výraznější změně nedošlo.

Zmíněný stand-up je ovšem aspektem, který v současné době ze zpravodajských reportáží ZAK TV zcela vymizel. Tento jev potvrzuje například Petr Kosař (15), který uvádí, že ve svých reportážích stand-upy nevyužívá vůbec. Důvodem je nastavení reportážních požadavků ze strany aktuální šéfredaktorky, která stand-upy po redaktorech jednoduše nevyžaduje.

Jak již bylo řečeno, v původní redakci byly stand-upy tradiční součástí téměř každé reportáže. Jejich tehdejší náplň objasnila Klára Tipanová: „*Vždycky jsem se snažila, aby to bylo obrazově uchopitelné a zároveň atraktivní pro diváka. Ideální bylo, pokud se za mými zády odehrával nějaký děj, který se vztahoval k místu natáčení.*“ (Tipanová, 15)

Největším úskalím tvorby stand-upů je příprava v předstihu, neboť je dost pravděpodobné, že část připraveného textu využije respondent ve své odpovědi, čímž se stand-up stává pro redaktora nepoužitelným. V takovém případě je nutné zanalyzovat, jaké informace ještě nezazněly a připravit stand-up nový.

Úděl regionální televize, jak jej definuje McGonagle a van Eijk (viz kapitola 1.1), koresponduje s vyjádřením Miroslava Sedláčka, který popisuje hlavní úlohu své reportážní tvorby takto: „*Divákům chcete regionální zprávou přinést něco jiného, než uvidí ve zprávách celostátní televize. Regionální reportáže se dělají pro lidi, o lidech a s lidmi. Pro mě je nejdůležitější místní člověk, ten by v reportáži nikdy neměl chybět.*“ (Sedláček, 9)

S důležitostí regionálního aspektu v reportážích jednoznačně souhlasí také zástupci současné redakce. Podle Petra Smazala se ve vysílání objevují i celorepubliková témata, která mají určitou spojitost se západočeským regionem, primárně ale musí ZAK TV plnit především úlohu lokálního média, tedy informovat o místních událostech.

Neopomenutelnou složkou procesu zpracování reportáže je napsání jejího scénáře. Tato úloha je v západočeské regionální televizi odněpaměti záležitostí samotných redaktorů,

do jejichž tvorby zasahuje šéfredaktor pouze ve výjimečných případech. Takovou situaci může být například drobná stylistická úprava v textu. Případně pak kontrola u náročnějšího tématu nebo začínajícího redaktora.

Zcela odlišným případem je ale střih natočeného materiálu. Technická činnost, která se provádí na základě vytvořeného scénáře, je plně v kompetenci kameramanů. V průběhu analyzovaných období disponoval touto dovedností jediný redaktor. V redakci ZAK TV podmínka samostatného střihu nikdy nebyla, Miroslav Sedláček se této zručnosti naučil během svého působení v TV Prima.

Uvedený příklad je ale v redakci raritou, což dokládají vyjádření ostatních zástupců média. Michaela Adámková uvádí, že redaktori pouze příležitostně využili možnosti zanechat poznámku ve scénáři, kde vyjádřili své preference ohledně hudebního podkresu některých pasáží. Podle Petra Smazala (20) není samostatný střih od redaktorů vůbec žádoucí, protože by tím brali práci technickému personálu.

Redaktori se na střihu sice nepodílejí přímo, v rámci procesu postprodukce ale stále zaujímají roli jakéhosi režiséra. Bývalá redaktorka Klára Tipanová (16) potvrzuje, že byla často osobně přítomná ve střizně, kde se podílela na přípravě výsledné reportáže. Kromě vyjádření vlastní preference ohledně konkrétních záběrů se zde snažila předejít i chybám v titulcích, na které okamžitě upozorňovala.

Obdobný přístup k otázce střihu reportáže volí i redakce současná. Do střihu reportáží zasahují současní redaktori pouze v případech, kdy naleznou pasáž, která je v rozporu s požadavky, které jsou na reportáže kladeny. Takovou situaci může být například komerční sdělení ve zpravodajském příspěvku. Velká pozornost je rovněž věnována kontrole titulků.

3.4.6 On-line zpravodajství

Regionální televize ZAK je provozovatelem dvou zpravodajských portálů, na jejichž chodu se televizní redakce částečně podílí. Prostřednictvím internetových domén Plzen.cz a Zak.tv médium distribuuje své vlastní on-line zpravodajství. Tento způsob propojení multimediálního obsahu televizní stanice a zpravodajského portálu v on-line prostředí odpovídá popisu Čuřika v rámci oddílu Multimedializace obsahu (viz kapitola 1.3.6).

Vzájemná kooperace redakcí televize a on-line zpravodajství byla ještě v průběhu prvního analyzovaného období pouze okrajovou záležitostí, které nebyla přikládána přílišná pozornost.

V rámci druhého analyzovaného období již v tomto ohledu začíná docházet k zásadním změnám. Současné vedení redakce ZAK TV intenzivně vnímá přechod celoplošných televizních stanic do on-line prostředí, čemuž přizpůsobuje i svůj postoj a snahu o rozvoj v této oblasti.

V původní redakci přispívali redaktori na zpravodajské weby pouze v případě ojedinělé nepřítomnosti tehdejší šéfredaktorky on-line zpravodajství, která měla na starosti správu i samotné přispívání na portály¹⁴. Redaktori si v takových situacích přerozdělili celkový počet článků mezi sebe. Televizní reportáže se na portálech objevovaly pouze mimořádně, samotní redaktori je ovšem do publikačního systému nekládali.

V současné době jsou přidružené portály pro televizní redakci ZAK TV přímým zdrojem informací a současně také odbytíštěm vybraných reportáží, které jsou zde publikovány ve formě článků. „*Snažíme se jako redakce tenhle formát zapracovat do běžného fungování. Jedná se o nahrání reportáže na YouTube, odkud následně vložíme odkaz do článku. Pro čtenáře je to snad zpestření, pokud si mohou na webu pustit samostatně reportáž, která je zajímavá.*“ (Prokšová, 25)

S tématem on-line zpravodajství přímo souvisí také sociální sítě a jejich využití pro účely šíření mediálních obsahů. Hlavním komunikačním nástrojem redakce ZAK TV je dlouhodobě Facebook. Původní redakce jej nepravidelně využívala ke sdílení upoutávek na večerní zprávy. Příspěvky měly nejčastěji podobu fotografie, která odkazovala na jedno z hlavních témat dne.

V současné době redakce odkazuje na zpravodajskou relaci nejen prostřednictvím Facebooku, ale také Instagramu. Každodenní upoutávka má podobu zhruba 20 vteřin trvajících videa, ve kterém zve moderátor ke sledování zpráv. V rámci zaběhlého formátu většinou zmíní jednu nejzásadnější zprávu, k níž jsou současně promítány ilustrační záběry.

Využití soukromých profilů ke sdílení zpravodajského obsahu je na vlastním uvážení každého redaktora. Této možnosti podle svých slov využívají pouze ve výjimečných případech,

¹⁴ Redakce zpravodajských portálů funguje nezávisle na televizní redakci.

kdy sdílí své vlastní reportáže. Mnohem častěji se se svými přáteli a diváky dělí o zajímavosti z natáčení, ke kterým se televizní publikum běžně nedostane.

Správu sociálních sítí měl v původní redakci na starosti sám šéfredaktor televizní redakce. Vzhledem k tomu, že se nejednalo o hlavní pracovní náplň, byla tvorba obsahu pro sítě ale pouze doplňkovou záležitostí.

Speciální tým, který by se věnoval výhradně tvorbě obsahu pro sociální sítě, schází i v redakci současné. Společnými silami se na nich podílí produkční a šéfredaktor on-line zpravodajství. Množství produkováného multimediálního obsahu nicméně vzrostlo o desítky procent.

Dlouhodobý přístup televize ZAK k sociálním sítím naplňuje tvrzení Bednáře (viz kapitola 1.3.6) o výsledném přínosu existence samotných profilů, který jej spatřuje v možnosti sebe prezentace mediální organizace a prostoru pro přijímání zpětné vazby od diváků.

Nejvíce reakcí od publika redakce dostává právě prostřednictvím Facebooku, kde komentování není technicky nijak náročné. Funkčnost platformy pro tyto účely potvrzují zástupci šéfredaktora z obou analyzovaných období. *„Pokud byly připomínky relevantní, samozřejmě jsme se je snažili nějak vyhodnotit.“* (Adámková, 24)

Závěr

V rámci bakalářské diplomové práce jsem se zabýval pracovními postupy redaktorů v regionální televizi ZAK TV. Cílem bylo zanalyzovat a porovnat systémy organizování redakce a mediální rutiny redaktorů ve dvou po sobě jdoucích časových obdobích. K dosažení výše uvedeného cíle jsem využil kvalitativní metodu a techniku polostrukturovaných rozhovorů. Výzkum měl podobu celkem šesti rozhovorů se čtyřmi redaktory a dvěma zástupci šéfredaktora. Každé období tak bylo shodně zastoupené třemi představiteli dané redakce.

Před začátkem výzkumu jsem si stanovil hlavní výzkumnou otázku, která zněla: *Jakým způsobem se proměnily mediální rutiny redakcí novodobé éry televize ZAK?* Dílčí výzkumné otázky byly tyto: *Jakým vývojem prošla struktura redakce ZAK TV? K jakým proměnám došlo v organizaci práce a systému plánování? Jakých změn doznaly pracovní postupy redaktorů ZAK TV?* O získání odpovědí na uvedené otázky usiluji rozborem jednotlivých kategorií mediálních rutin, které jsou v rámci analytické části rozdělené do šesti kapitol.

Během dvou analyzovaných období došlo uvnitř redakce ke snížení počtu redaktorů i technického personálu, což odpovídá dlouhodobému trendu nejen v regionálních médiích. Struktura redakce doznala změn zejména ve vytvoření nové pracovní pozice produkčního, který je jakýmsi prostředníkem mezi šéfredaktorem a redakcí. Zásluhou propracovanější organizace je tak současná redakce schopná pokrývat téměř stejné množství práce jako redakce původní. Celková hierarchie je nicméně založená na stále stejných základech a vazbách.

Organizace redakční práce se proměnila v návaznosti na výsledných mediálních produktech. Mnohem větší část celkové produkce nyní představují komerční zakázky. Oproti původní redakci jejich počet vzrostl o desítky procent, což akcentuje obchodní model regionálních televizních stanic. Zavedená koncepce však směřuje ke stále nižší flexibilitě vůči klasickým žurnalistickým tématům. Systém plánování se v souvislosti se zavedením pozice produkčního výrazně zefektivnil. Produkční tabulky jednoznačně přispívají k lepší koordinaci jednotlivých štábů.

Vysílací schéma, které je kostrou hlavní zpravodajské relace, zůstalo napříč obdobími totožné. Zavedené mediální rutiny se tak v tomto případě osvědčily jako plně funkční. Mediální rutiny, které předcházejí večernímu vysílání, doznaly změn zejména systémových. Uzávěrky pro odevzdání dílčích výtvorů a plnění úkonů se posunuly o několik desítek minut, tzn. časová rezerva se zvýšila. Důvodem této změny je nižší stupeň rutiny pracovních úkonů na straně členů

současné redakce. Naopak redakce původní si vzhledem k zaběhlým pracovním postupům a zkušenostem dovolila daleko větší riziko.

Pracovní postupy redaktorů související s realizací reportáže a tvorbou rozhovorů se v průběhu dvou analyzovaných období nijak neproměnily. V závislosti na zkušenostech jednotlivých redaktorů se vyskytují pouze drobné odchylky bez jakékoli souvislosti se systémovým pojetím dané pracovní skupiny.

Na příkladu skladby reportáží je možné sledovat dlouhodobý vývoj výsledného produktu. Celková stopáž reportáží ZAK TV se neustále zvyšuje, v průběhu dvou analyzovaných období ovšem k výraznější změně nedošlo. Faktorem, u kterého došlo k významné proměně, jsou redaktorské stand-upy. Tradiční součást televizních reportáží v současné době z vysílání zcela vymizela. Příčinou této změny je částečný odklon současného vedení redakce od klasických novinářských postupů.

Důležitost regionálního aspektu v rámci vysílání vnímají zástupci obou redakcí se stejnou vážností, koncepce lokálního média tak zůstává i nadále zachována. Tento přístup je zřejmý i z výběrů zdrojů informací. Primárními zdroji byly a stále jsou především regionální zpravodajské portály, tiskoví mluvčí radnic, webové stránky měst a obcí nebo přímo místní obyvatelé. Kontinuita mediálních rutin vychází i z celkového pojetí gatekeepingu, formát zpracovávaných témat totiž musí splňovat stále stejná kritéria.

K zásadní proměně došlo v oblasti multimedializace. Současná propojenost a míra kooperace mezi televizní redakcí a redakcí on-line zpravodajství je na mnohem vyšší úrovni. Televizní redaktori navíc začínají s mnohem větší frekvencí přispívat na zpravodajské portály vlastní tvorbou.

Hlavním komunikačním nástrojem redakce ZAK TV v otázce sociálních sítí je dlouhodobě Facebook, v rámci druhého analyzovaného období se do popředí dostává také Instagram. Toto zjištění tak pouze potvrzuje výstupy ze zrealizovaných rozhovorů, ze kterých vyplývá, že množství produkovaného multimedialního obsahu na sociálních sítích vzrostlo o desítky procent.

Seznam literatury

- BECKER, Lee B. a Tudor VLAD, ed. *News Organizations and Routines*. In: WAHL JORGENSEN, Karin a Thomas HANITZSCH. *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge, 2009, s. 73-84. ISBN 0-203-87768-3.
- BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. 210 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3452-1.
- BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
- ČUŘÍK, Jaroslav a kolektiv. *Nové trendy v médiích*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 239 s. ISBN 978-80-210-5825-5.
- ČUŘÍK, Jaroslav. *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2014. 156 s. ISBN 978-80-210-7589-4.
- FRANKLIN, Bob. *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. Vyd. 2. Londýn: Routledge, 2006. 336 s. ISBN: 978-04-153-7954-0.
- GANS, Herbert J. *Deciding what's news*. New York: Pantheon, 1979. ISBN 0-8101-2237-5.
- HACKETT, Robert A. *A Hierarchy of Access: Aspects of source bias on Canadian TV news*. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1985. 256-265 s. Dostupné z: doi:10.1177/107769908506200205.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-736-7040-2.
- HOCHELOVÁ, Vlasta. *Podoba regionalizmu v slovenskej tlači a Slovenskej televízii*. In: Waschková Císařová (ed): *Regionální média v evropském kontextu*. Vyd. 1. Brno: Masarykova Univerzita, 2007. s. 28-32. ISBN 978-80-210-4473-9.
- LOKŠÍK, Martin. *Reportážní tendence v digitálním televizním zpravodajství*. In: OSVALDOVÁ, Barbora, Radim KOPÁČ a Alice TEJKALOVÁ. *O reportáži, o reportérech*. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-246-1781-7.
- MACKŮ, Pavel. *Achillova pata regionální žurnalistiky*. In: Waschková Císařová (ed): *Regionální média v evropském kontextu*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2007. s. 101-103. ISBN 978-80-210-4473-9.
- MARTIN, Shannon Rossi. *Proximity of Event as Factor in Selection of News Sources*. In: *Journalism Quarterly*. 1988. 986-989 s. Dostupné z: doi:10.1177/107769908806500424.
- MCGONAGLE, Tarlach a Nico VAN EIJK. *Regional and local broadcasting in Europe*. Strasbourg: IRIS Special, 2016. ISBN 978-92-871-8339-2.
- MECKEL, Miriam. *Redaktionsmanagement: Ansätze aus Theorie und Praxis*. Opladen-Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1998. 271 s. ISBN 978-35-311-2980-8.
- NORBERT, Jonscher. *Lokale Publizistik: Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung: ein Lehrbuch*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995. 580 s. ISBN 3-531-12704-7.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Slovník žurnalistiky: Výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Karolinum, 2017. 302 s. ISBN 978-80-246-3752-5.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Reportáž a reportéři*. In: OSVALDOVÁ, Barbora, Radim KOPÁČ a Alice TEJKALOVÁ. *O reportáži, o reportérech*. Praha: Karolinum, 2010. s. 5-17. ISBN 978-80-246-1781-7.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Rozhovor o interview*. In: OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ. *Rozhovory o interview*. Praha: Karolinum, 2009, s. 5-7. ISBN 978-80-246-1618-6.

ORÁLEK, Petr. *Praktické problémy české žurnalistiky*. In: *Regionální média v evropském kontextu*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 91-96 s. ISBN 978-80-210-4473-9.

PETRUSEK, Miloslav. *Teorie a metoda v moderní sociologii*. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-706-6799-0.

REESE, Stephen D. a Pamela J. SHOEMAKER. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. the University of Michigan: Longman, 1996, 313 s. ISBN 978-08-013-1251-9.

REESE, Stephen D., SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS, ed. *Journalists as Gatekeepers*. In: WAHL-JORGENSEN, Karin a Thomas HANITZSCH. *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge, 2009, s. 73-84. ISBN 0-203-87768-3.

RUB-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2005. 292 s., 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.

STAEHLE, Wolfgang H. *Funktionen des Managements*. Vyd. 2. Bern-Stuttgar, UTB Paul Haupt, 1989. ISBN 978-32-580-4029-5.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

VOLEK, Jaromír. *Regionální žurnalisté v posttransformační etapě: Vybrané socioprofesionální charakteristiky*. In: Waschková Císařová (ed): *Regionální média v evropském kontextu*. Vyd. 1. Brno: Masarykova Univerzita, 2007. s. 35-51. ISBN 978-80-210-4473-9.

WHITE, David Manning. *The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News*. *Journalism Quarterly*, 27, 383-391 s. In L. A. DEXTER, & D. M. WHITE (Eds.), *People, Society and Mass Communications*. London: Free Press of Glencoe, 1950. Dostupné z: doi: 10.1177/107769905002700403.

ZÁRUBA, Robert. *Posuny televizní reportáže*. In: OSVALDOVÁ, Barbora, Radim KOPÁČ a Alice TEJKALOVÁ. *O reportáži, o reportérech*. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-246-1781-7.

Internetové zdroje

BEŠŤÁK, Václav. Jak natočit reportáž?. In: ČT edu [online]. Česká televize, 2023 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://edu.ceskatelevize.cz/storage/worksheet/prakticka-medialni-vyuka/natocit-reportaz.pdf>

Euronova group: O nás [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.euronovagroup.com/about-us/>

Předpis 235/2006 Sb.: Zákon, kterým se mění zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR [online]. [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/cgi-bin/win/sqw/sbirka.sqw?cz=235&r=2006>

R1 Televize: regionální zpravodajská televizní síť [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: www.r1televize.cz

ZAK TV: Západočeská televize ZAK [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.zaktv.cz/>

Západočeská Zak TV odstartovala v tamním multiplexu 3. Podívejte se jak. Lupa.cz [online]. [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/zapadoceska-zak-tv-odstartovala-v-tamnim/>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Vývoj vizuální identity ZAK TV

Příloha č. 2: Schéma redakce ZAK TV (stav k 18.3.2010)

Příloha č. 3: Programové schéma ZAK TV (1.7.2005)

Příloha č. 4: Pokrytí Plzeňského kraje signálem ZAK TV, sledovanost (04/2004)

Příloha č. 5: Licence k televiznímu vysílání v regionu (18.4.1997)

Příloha č. 6: Příloha k licenci – kmitočtový přiděl (17.12.1996)

Příloha č. 7: Fotografie – Natáčení pořadu Studio Z vysílaného 22.1.2018

Příloha č. 8: Fotografie – Natáčení pořadu Studio Z vysílaného 14.7.2022

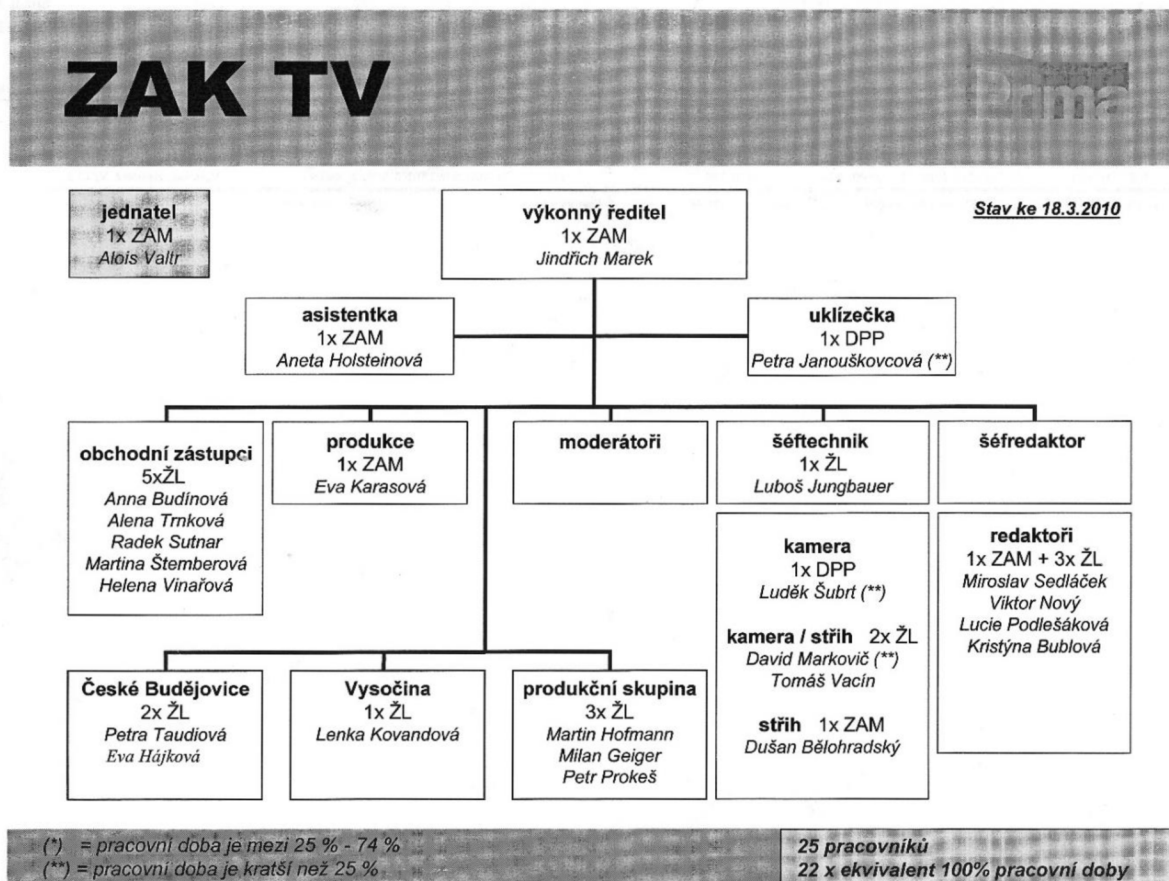
Příloha č. 9: Polostrukturované rozhovory s komunikačními partnery

Přílohy

Obrázek č. 1: Vývoj vizuální identity ZAK TV



Příloha č. 2: Schéma redakce ZAK TV (stav k 18.3.2010)



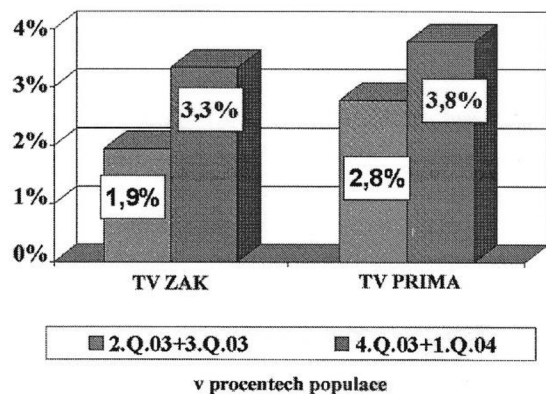
Příloha č. 3: Programové schéma ZAK TV (1.7.2005)

0:00:00	úvodní znělka ZAK TV (20')	0'30'	připojovák
0:00:20	studio - úvod, přivítání (10')		
0:00:30	znělka zprávy (10') + poutáky (25')		
0:01:05	2x studio (15') + reportáž (75')		
0:04:05	headlines (50')		
0:04:55	2x studio (15') + reportáž (75')		
0:07:55	headlines (50')		
0:08:45	studio - pozvánka k dalším pořadům (10')		
0:08:55	znělka zprávy konec (10')		
0:09:05	znělka reklama (10')		
0:09:15	reklamní blok 1 (2'15')		
0:11:30	znělka reklama konec (10')		
0:11:40	sponzor počasí (10')		
0:11:50	znělka počasí (10')		
0:12:00	předpověď počasí (25')		
0:12:25	znělka počasí konec (10')		
0:12:35	sponzor počasí (10')		
0:12:45	znělka sport (10')		
0:12:55	1x studio (15') + reportáž (70') nebo 1x studio (15') + headlines (70')		
0:14:20	studio - rozloučení (10')		
0:14:30	závěrečná znělka + titulky (30')		
celkem		15'00'	

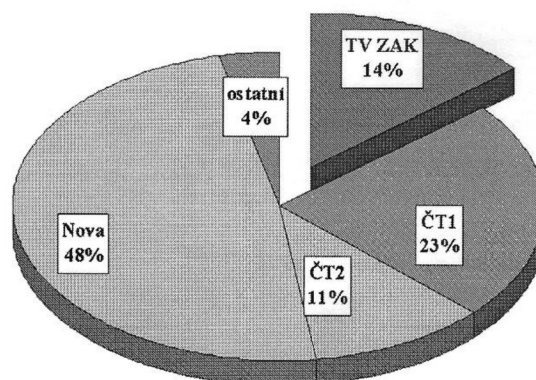
Vysílání pod licenci ZAK TV - nutno dodržet podíl reklamy dle zákona:
 reklamní čas max. 15% vysílacího času, tj. 2'15"
 teleshopping max. 5% vysílacího času, tj. 0'45"
 (do schématu nezařazeno, zatím se nevyužívá)

Příloha č. 4: Pokrytí Plzeňského kraje signálem ZAK TV, sledovanost (04/2004)

(zdroj: STEM/MARK, Samospráva Plzeňského kraje)



Sledovanost TV ZAK



Podíl na trhu

Příloha č. 5: Licence k televiznímu vysílání v regionu (18.4.1997)

31



RADA ČESKÉ REPUBLIKY
pro rozhlasové a televizní vysílání

LICENCE

K TELEVIZNÍMU VYSÍLÁNÍ V REGIONU

č. 006 / 97



Držitel licence: **ZAK TV, s.r.o.**

 IČO: 64835669

 Sídlo: *Na vyhlídce 20, Cheb*

Název stanice: Západočeské vysílání

Technické údaje:

Vysílací frekvence: **Kanál č. 51**

Maximální vyzářený výkon: **100 kW**

Pokryvané území: *Plzeň - město*

Doba vysílání

3 hodiny denně, z toho 1 hodina v časovém intervalu 06.30 - 08.30 hodin a 2 hodiny v časovém intervalu 15.00 - 18.00 hodin

Charakteristika programu

nezávislé regionální vysílání informačního charakteru

Licence je vydána na základě žádosti č.j. **TR 0052** a správního rozhodnutí č. **Ru/32/97** na dobu určitou do **17.12.2008**

1 příloha - kmitočtový předěl

Provozovatel s licencí je povinen dbát, aby vysílání bylo v souladu se skutečnostmi uvedenými v žádosti, na jejímž základě byla tato licence udělena. Údaje týkající se programové skladby uvedené v žádosti jsou pro provozovatele závazné v rozsahu dle přílohy, která je nedílnou součástí správního rozhodnutí o udělení licence.

V Praze dne: **18.4.1997**



Oprávněná osoba
držitele licence



Předseda Rady České republiky
pro rozhlasové a televizní vysílání

PŘÍLOHA K LICENCI

č. 006/97

KMITOČTOVÝ PŘÍDĚL

Název stanice: **Západočeské vysílání**
 Držitel: **ZAK TV s.r.o.**

Pracovní kanál: **51**
 Offset: **0**
 Název stanoviště: **Plzeň - město**
 Souřadnice /LON/LAT/: **13°20'33" / 49°48'13"**
 Nadmořská výška /m/: **505**
 Výška středu antény nad zemí /m/: **51**
 Maximální vyzářený výkon (ERP) /kW/: **100**
 Hlavní směry vyzářování: **ND**
 Polarizace antény: **H**

Tabulka vyzářovacího diagramu a efektivních výšek:

Azimut /°:	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110
ERP H /dBW/:	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ERP V /dBW/:	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Hef (m):												
Azimut /°:	120	130	140	150	160	170	180	190	200	210	220	230
ERP H /dBW/:	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ERP V /dBW/:	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Hef (m):												
Azimut /°:	240	250	260	270	280	290	300	310	320	330	340	350
ERP H /dBW/:	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ERP V /dBW/:	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Hef (m):												

Tento kmitočtový příděl je platný pouze s příslušnou licenci a je její nedílnou součástí.

V Praze dne: **17.12.1996**

Vydal:



[Signature]
 Ředitelka a podpis oprávněného orgánu

Příloha č. 7: Fotografie – Natáčení pořadu Studio Z vysílaného 22.1.2018

moderátor: Tášana Krchová, host: Aleš Cibulka



Příloha č. 8: Fotografie – Natáčení pořadu Studio Z vysílaného 14.7.2022

moderátor: Jonáš Novotný, host: Petr Pavel



Polostrukturované rozhovory se zástupci redakce ZAK TV (2020-2022)

Michaela Adámková, zástupkyně šéfredaktora

1. Využívala redakce monitoring médií pro mapování regionálního zpravodajství?

Přístupy k monitoringu médií měla k dispozici tehdejší šéfredaktorka. Sloužil spíše pro účely organizace jako celku než jednotlivým redaktorům.

2. Které služby zpravodajských agentur redakce využívala?

Dlouhodobě jsme odebírali informační servis od ČTK. Tuto službu jsme ale využívali zejména pro účely přidružených zpravodajských webů. V televizní redakci nacházela uplatnění pouze při psaní krátkých zpráv, které pak sloužily jako zprávy čtené.

3. Jaké zdroje informací jste uplatňovali nejvíce?

Nejčastěji jsme uplatňovali informace z tiskových zpráv od městských i soukromých organizací. Dále pak například informační portály obvodů, obcí a institucí, nebo regionální zpravodajské portály. Často jsme ale informace čerpali i přímo od místních lidí.

4. Dostávali se redaktoři/redaktorky regionální televize ke zdrojům, které bylo potřeba uchovat v anonymitě?

Pouze ve výjimečných případech. Když jsme například dostali podnět od nějakého člověka, který si sám přál zůstat v anonymitě, protože by mu případně hrozilo i nějaké nebezpečí.

5. Byla některá témata v rámci redakce dlouhodobě přerozdělená mezi jednotlivé redaktory?

Témata jsme měli spojená do poměrně širokých oblastí. Někdo například zpracovával vše kolem politiky, jiní redaktoři pak měli na starosti městské obvody, nebo dopravu. O všechna ostatní témata v rámci zpravodajství jsme se dělili rovným dílem.

6. V jak velké míře byla redaktorům přidělována konkrétní témata na základě redakčního plánu?

Vedení redakce přidělovalo témata zhruba ve 30 % případů, jednalo se zejména o komerční reportáže. Ve zbývajících případech nabízeli redaktoři témata vlastní. U každého redaktora byl ale tento poměr odlišný.

7. Na základě jakých kritérií jste hodnotili témata navržená redaktory?

Zvolené téma muselo být především aktuální a divácky zajímavé. Rozhodujícím faktorem byla i časová náročnost zpracování. Tím, že jsme byli denní zpravodajství, tak bylo ideální, aby se téma během 1-2 dní zpracovalo.

8. Do jaké míry pro vás byl důležitý regionální charakter zvoleného tématu?

V té době to pro nás byla absolutní priorita. Případy, kdy se do vysílání dostalo témata, které svou příslušností sahalo za hranice našeho regionu, bych spočítala na prstech jedné ruky.

9. Jaká hlavní kritéria musela splňovat reportáž po formální stránce?

Ideální stopáž reportáže byla 2 minuty, často se ale stávalo, že jsme to nedodrželi. V každé reportáži pak museli být minimálně dva respondenti, které jsme dost často doplnili i anketou mezi obyvateli nebo politiky. V 90 % případů byl součástí reportáže i reportérův stand-up.

10. Využívali jste pro účely krátkého vyjádření od respondentů pouze telefonní spojení, nebo i nějaké další platformy, které umožňují obrazový záznam?

Především v době covidové epidemie jsme využívali spojení přes WhatsApp. Někteří tiskoví mluvčí nám sami nahráli své vyjádření na video, se kterým jsme mohli dále pracovat.

11. Kdo schvaloval reportáže před tím, než byly postoupeny do vysílání?

Schvalování reportáží bylo v popisu práce šéfredaktora. Dost často si ale za reportáž zodpovídal sám reportér.

12. Jaký byl systém přípravy čtených zpráv pro moderátory hlavní zpravodajské relace?

Tvorbu krátkých zpráv jsme si každý den rozdělili v rámci redakce mezi sebou, pro jediného člověka by to bylo příliš časově náročné, mnohdy ale jiná možnost nebyla. Pracovat se na nich začínalo už brzy ráno, postupně jsme je vkládali do sdílené šablony. Uzávěrka bývala kolem pravého poledne, aby byl prostor pro další zpracování.

13. Jakou podobu mělo vysílací schéma hlavní zpravodajské relace?

Každý den jsme měli ve vysílání 2-3 reportáže, které byly prokládané jednotlivými bloky krátkých zpráv. Dva z nich bývaly z Plzeňského kraje, třetí blok obsahoval informace z Karlovarského kraje. V závěru vysílání byly kulturní tipy a sport.

14. Kdo dával scénářům finální podobu a kdo je kontroloval?

Většinou to bylo všechno na redaktorovi. Pouze pokud se jednalo o náročnou reportáž, nebo to třeba zpracovával někdo, kdo začínal, tak šéfredaktor scénář zkontroloval.

15. S jakou frekvencí jste realizovali redakční porady? Jaký býval jejich průběh?

Jejich frekvence se v průběhu času měnila. Nejdelsí výpadek byl v době covidu, kdy se dělalo všechno přes telefon, postupně se ale opět obnovily. Každý den ráno byla krátká porada, kdy přišli jednotliví redaktori s námětem, co budou zpracovávat. Bylo nutné si obhájit, proč chcete konkrétní téma zpracovat, s kým budete mluvit, co na to budete potřebovat. Zhruba jednou týdně potom bývaly i větší porady, kde bylo například i širší vedení.

16. Jaká kritéria rozhodovala o koordinaci jednotlivých štábů v terénu?

Mnohdy o tom rozhodoval čas. Pokud čekal na reportéra v redakci nedokončený scénář, musel si kameraman vyměnit redaktora. V opačném případě zase potřeboval kameraman stříhat, tak si vzal redaktor jiného kolegu. V případech vzdálenějších lokalit jsme se snažili po cestě natočit materiál třeba pro 2-3 reportáže.

17. Fungovaly v rámci redakce ustálené dvojice kameramanů a reportérů, nebo se složení štábů měnilo?

Z větší části spolu natáčeli stále stejní lidé, dvojice se postupem času ustálily.

18. Kolik pracovníků se podílelo na chodu redakce?

V tehdejší televizní redakci jsme byli čtyři stálí zaměstnanci, společně s námi se na chodu redakce podíleli tři redaktori na poloviční úvazek. Jeden technik měl na starosti kompletaci vysílání. Stálých kameramanů jsme měli šest, do terénu vyjížděli až čtyři z nich. Speciálně pro komerční sféru fungoval ještě jeden samostatný.

19. Jakým způsobem fungoval redakční kalendář a plánování událostí?

U publicistických pořadů a komerčních reportáží se termíny věděly dlouho dopředu, takže jsme je zanášeli do kalendáře, aby s tím všichni počítali. Jednalo se o systém, který byl navázaný na firemní mail, přístup k němu měl úplně každý.

20. Podíleli se redaktoři/redaktorky na zpracování video a audio materiálů?

Zvukové nahrávky jsme si sami pořizovali v podobě asynchronů, zpracování videa ale měli na starosti zejména kameramani a střihači. Redaktoři maximálně vyjádřili své přání poznámkou ve scénáři, například když chtěli v některé pasáži hudební podkres. Jedinou výjimkou byl Miroslav Sedláček, který uměl stříhat reportáže z působení na Primě.

21. Odkazovali jste na televizní vysílání prostřednictvím sociálních sítí?

Pro odkazování na televizní vysílání jsme využívali zejména Facebook, kam jsme často dávali upoutávky na to, co bude večer ve zprávách.

22. Byl v redakci vyčleněný tým lidí pro správu nových technologií?

Firemní sociální sítě spravovala sama šéfredaktorka.

23. Jak velkou váhu jste tehdy přisuzovali propojení televize s online platformami?

Propojení televize s online platformami bylo pouze okrajové téma, hlavní příčinou byla zřejmě poddimenzovanost personálního obsazení.

24. V jaké formě jste dostávali zpětnou vazbu od diváků? Které komunikační kanály jste využívali k jejímu získání?

Diváci nám hodně volali na pevnou linku, někdo přišel do redakce i osobně. Nejvíce reakcí jsme ale měli přes sociální sítě, což je pro lidi nejsnazší. Pokud byly připomínky relevantní, samozřejmě jsme se je snažili nějak vyhodnotit.

Miroslav Sedláček, redaktor

1. Jaké zdroje informací jste využíval nejvíce?

Hlavními zdroji informací pro mě vždy byli především lidé z regionu. Na internetu čerpám jak z celostátních a regionálních médií, tak z úzce lokálních webů typu Plzeňská drbna, QAP nebo Krimi-Plzeň.

2. Z kolika nezávislých zdrojů jste běžně informaci ověřoval?

U většiny informací, ke kterým se v regionu dostanete, ověření není potřeba. V komunální politice si nehrajeme na investigativní žurnalistiku, takže to tady ani nemá takový význam.

Pouze výjimečně dojde k oslovení někoho, kdo má danou oblast na starosti, abyste si informaci ověřil.

3. V jak velké míře jste jako zdroj informací využíval vlastní síť kontaktů?

Hlavně při natáčeních, u regionálního zpravodajství vlastně ani žádný jiný zdroj nepotřebuji. Informace jsou tady v jednom kotli, takže s nimi pracují i všechna ostatní média. Je to spíš souboj o to, kdo dokáže konkrétní informaci zpracovat lépe nebo rychleji.

4. Jak často jste jako zdroj informací využíval reportáže z archivu ZAK TV?

Televizní archiv jsem nikdy nevyužíval. Vzhledem k tomu, jak dlouho v regionálních médiích na západě Čech působím, vystačím si pouze s vlastní pamětí.

5. Kterým tématům jste se v reportážích věnoval vy osobně nejčastěji?

V posledních letech to bylo hlavně dopravní zpravodajství, ale dlouhodobě jsem si všiml i nejrůznějších zajímavostí. V minulosti jsem se hodně věnoval také krimi.

6. Odkud jste bral inspiraci pro nová témata?

Vždy to byly zejména tipy od lidí. Bývalý ředitel televize, který už nežije, říkával, že reportáž tvoří reportáž. To znamená, že když někde natáčíte reportáž, tak vám místní lidé sami dají tip na další. Celé kouzlo je v komunikaci s lidmi při natáčení. Dále jsem bral inspiraci ze stránek měst, obcí a obvodů. Mnohdy se tam našlo téma, ve kterém jiní redaktoři neviděli potenciál zajímavé reportáže, ale já ano.

7. Do jaké míry jste musel s tématy přicházet sám a do jaké míry do jejich výběru zasahoval vedoucí vydání?

S tématy jsem z 90 % přicházel sám, zbývající procenta byly povinné akce, které se točí pro naše klienty. Tehdejší šéfredaktorka po mě ale většinou chtěla, abych dělal otvíráky (úvodní reportáž ve zprávách, pozn. autora práce). Mým úkolem bylo najít hlavní téma dne.

8. Spolupracoval jste při výběru témat s ostatními redaktory?

Málokdy. Občas mě někdo z tehdejší redakce upozornil na nějaké zajímavé téma s tím, že mi ho nabízí, protože on sám ho zpracovávat nebude. Spíše se ale stává, že na sebe v určitém ohledu navážete.

9. Do jaké míry pro vás byl důležitý regionální charakter zvoleného tématu?

Velmi. Divákům chcete regionální zprávou přinést něco jiného, než uvidí ve zprávách celostátní televize. Regionální reportáže se dělají pro lidi, o lidech a s lidmi. Nedělají se pro velká média a politiky. Pro mě je nejdůležitější místní člověk, ten by v reportáži nikdy neměl chybět.

10. Jakým způsobem jste postupoval při realizaci reportáže?

Většinou už jsem měl jasno, když jsme vyráželi natáčet, jak ta reportáž bude vypadat, co bude nosné téma. Předem vždy vyhledáte vhodné respondenty a místo k natáčení. Při výjezdu nashromáždíte materiál, a ten pak v redakci zpracujete do podoby scénáře.

11. Jaké vybavení jste jako redaktor využíval?

Nikdy jsem nepotřeboval tužku ani papír, stačil mi mikrofon.

12. Co jste považoval za nejdůležitější při přípravě na rozhovory s respondenty?

Nejdůležitější je, aby respondent věděl, o čem se budeme bavit. Zároveň musíte pracovat na tom, aby se respondent uklidnil. Někteří lidé jsou vystresovaní z kamery a mikrofonu, tak je musíte uklidnit. Řeknete jim, že pokud to pokazí, není problém kameru zastavit, natočený materiál sestříhat a tak dále. Lidé vám pak začnou důvěřovat, takže ve výsledku často řeknou i více věcí, než původně chtěli.

13. Věnoval jste se před samotným rozhovorem rozpravě s respondentem, nebo jste pokládáte otázky až v okamžiku zapnuté kamery?

To je spíš technická záležitost. Kameraman vždy potřebuje nějakou dobu na to, aby si postavil stativ, nastavil kameru, srovnal barvy a správně zaostřil. Tady vzniká prostor, kdy jsem mohl s respondentem nezávazně probrat, co může říct na kameru, nebo co naopak říct nechce. Této možnosti jsem využíval.

14. Jezdila vždy k události/natáčení stejná dvojice kameraman – reportér, nebo se složení štábu měnilo podle zpracovávaných témat?

Většinou to byly stále dvojice. Mimořádně někdo vypadl v případě nemoci, nuceného volna nebo dovolené. Je dobré, pokud se ty štáby nemění, protože se ti lidé lépe poznají a profesně jsou sehraní. Kameraman díky tomu ví, jak redaktor pracuje a jaké záběry očekává.

15. Podle čeho jste se rozhodoval, co bude obsahem stand-upu?

Stand-upy jsem dělával hodně, když jsem začínal, protože jsem chtěl mít obličej na obrazovce, aby mě lidé znali. S přibývajícím časem jsem z toho vyrostl. Největší problém stand-upů je, že pokud si ho přichystáte dopředu, hrozí, že vám ho respondent rozbije svou odpovědí. Pak musí člověk zanalyzovat, jaké informace ještě nezazněly.

16. V jaké formě jste se podílel na střihu reportáže?

Když jsem pracoval pro Primu, jednou z podmínek bylo, že si redaktoři museli reportáže stříhat sami. V ZAK TV taková podmínka nikdy nebyla. Často jsem se ale snažil usnadnit práci našim technikům, takže jsem například sestavil zvukovou linii. Udělal jsem výstřížky ze synchronů a složil je dohromady s asynchrony, které jsem načetl. Ve výjimečných případech jsem stříhal úplně sám.

17. V jakých intervalech byly nastavené redakční uzávěrky?

V podstatě to fungovalo tak, aby se stačilo odvyšlat. Záleželo také na tom, kdy jsme se vrátili z natáčení. Nejzazší termín pro odevzdání reportáže byla čtvrtá hodina, aby měl technik alespoň hodinu času na sestavení zpráv.

18. S jak velkým předstihem jste si plánoval natáčení a domlouval respondenty?

Většinou den dopředu, když je prostor pro plánování. Pokud se ale jednalo o nějakou aktuální událost, tak jste se museli domluvit ještě na ten den.

19. Jak fungovala kooperace s kameramanem v průběhu natáčení?

Oba dva jsme vždycky věděli, co máme dělat. Kameraman už mnohdy sám vytušil, jaký obrazový materiál má na místě pořídit, pouze na základě toho, o čem jsem se bavil s respondentem. Maximálně jsem poukázal na drobnost, která utekla jeho pozornosti.

20. Kdo měl konečné slovo při přidělování témat reportáží?

Pokud se jednalo o povinné reportáže, rozdával je šéfredaktor. V případě vlastních témat byl pro změnu tím schvalovatelem.

21. Kdo řídil výběr témat do zpráv?

Vybírání krátkých zpráv bylo v pravomoci šéfredaktora. V případě nepřítomnosti se o to staral jeho zástupce.

22. V jaké formě se konaly redakční porady? Jakým způsobem byly organizované?

Redakční porady byly v uvedeném období dost nepravidelné. V průběhu let se několikrát zavedly a zase zrušily. Jejich podoba se ale příliš neměnila. Redaktoři navrhovali témata, která chtěli zpracovat. Zároveň se vždy projednalo, kdo s kým pojedě na natáčení.

23. Podílel jste se na víkendových službách? Pokud ano, v jakých ohledech se jejich náplň lišila od všedních dní?

Na víkendových službách jsme se podíleli všichni redaktoři rovnoměrně, pravidelně jsme se střídali. Ten hlavní rozdíl byl v tom, že o víkendech se točilo pouze to, co se muselo. Nehledaly se události typu dopravní nehoda. O víkendech se jednalo pouze o placené reportáže, kdy jste jeli natočit třeba nějakou slavnost pro určité město.

24. Podílel jste se na zpracování video a audio materiálů?

Ano, ve výjimečných případech jsem si byl schopný reportáž sestříhat sám. Několikrát k tomu došlo.

25. Vkládal jste natočené reportáže i na přidružené zpravodajské portály?

Reportáže jsem na web nikdy nekládal.

26. Sdílel jste vaše zpravodajství i prostřednictvím sociálních sítí?

Některé televizní příspěvky na Facebooku jsem sdílel i na svůj osobní profil. Nejednalo se však o klasické zpravodajské reportáže, ale spíše o zajímavosti z natáčení.

27. Podílel jste se na tvorbě obsahů pro webové platformy? Pokud ano, jakým způsobem?

Jeden čas jsem psal články na portál Plzeň.cz. Tehdejší šéfredaktorka webu ale byla plně soběstačná, takže jsem posléze s přispíváním přestal.

28. Dostával jste zpětnou vazbu od diváků na svou redaktorskou práci?

Pouze v případě, když jsem se dopustil nějaké chyby, která unikla do vysílání, tak mě na to někteří diváci upozornili.

1. Jaké zdroje informací jste využívala nejvíce?

Při redaktorské práci jsem vycházela především z regionálních zpravodajských webů jako například Plzeňský deník, Krimi-Plzeň, nebo přidružený portál Plzen.cz. Dále pak zejména z tiskových zpráv mluvčích kraje, měst a významných institucí.

2. Z kolika nezávislých zdrojů jste běžně informaci ověřovala?

U informací, které jsme zpracovávali v regionální televizi, stačil ve většině případů zdroj pouze jeden. Nebylo zapotřebí ověřovat zprávu, že se bude v některém z obvodů stavět nová lavička, nebo revitalizovat park.

3. V jak velké míře jste jako zdroj informací využívala vlastní síť kontaktů?

V reportážích, které jsme připravovali v regionální televizi, nebylo moc příležitostí vlastní kontakty využít. Zkušenosti s tímto postupem mám spíše z ČT, kde jsme každou chvíli potřebovali nějakého lékárníka, automechanika atd.

4. Jak často jste jako zdroj informací využívala reportáže z archivu ZAK TV?

Z archivu jsme vycházeli hlavně v případech, že jsme potřebovali ilustrační záběry. Ze začátku pro mě ale sloužil i jako určitá forma inspirace. Když jsem věděla, že už dané téma někdo v minulosti zpracovával, tak jsem se podívala, jakou jinou formou by se dalo uchopit.

5. Kterým tématům jste se v reportážích věnovala vy osobně nejčastěji?

Bylo to hlavně životní prostředí, každodenní život ve městě, dění v plzeňských městských obvodech nebo třeba školství.

6. Odkud jste brala inspiraci pro nová témata?

Dívala jsem se hodně kolem sebe a poslouchala lidi. Občas se stalo, že někdo sám přišel a řekl, co ho v místě jeho bydliště trápí. Samozřejmě ale také zpravodajské weby.

7. Do jaké míry jste musela s tématy přicházet sama a do jaké míry do jejich výběru zasahoval vedoucí vydání?

Tím, že jsem měla na starosti městské obvody, byla ta témata mnohdy jasně daná. V mém případě to tedy bylo zhruba 80 %, kdy výběr ovlivnil vedoucí vydání, v našem případě šéfredaktor. Zbývajících 20 % představovala vlastní témata.

8. Spolupracovala jste při výběru témat s ostatními redaktory?

Při výběru témat jsme hodně spolupracovaly s kolegyní Adámkovou. Když jsem nastupovala, neměla jsem vlastně s médií žádné zkušenosti, tak mi i hodně pomáhala v tom, jestli je vybrané téma dostatečně zajímavé a jakým způsobem ho zpracovat.

9. Do jaké míry pro vás byl důležitý regionální charakter zvoleného tématu?

Regionální charakter zprávy byl z mého pohledu vždy na prvním místě. Myslím, že to bylo důležité pro celou redakci.

10. Jakým způsobem jste postupovala při realizaci reportáže?

Když jsem již měla vybrané téma, obvolala jsem respondenty, které jsem chtěla na rozhovor. Ve smluveném čase jsme se setkali na místě natáčení, kde jsme pořídili synchrony a ilustrační záběry. Po návratu do redakce jsem napsala studio, asynchrony a zkompletovala scénář, který jsem následně předala ke střihu.

11. Jaké vybavení jste jako redaktorka využívala?

V terénu jsem využívala pouze ruční bezdrátový mikrofon, v redakci pak počítač a stolní mikrofon pro namlouvání asynchronů.

12. Co jste považovala za nejdůležitější při přípravě na rozhovory s respondenty?

Za nejdůležitější považuji vědět o tématu reportáže co nejvíce informací. Všechno vědět nemůžete, proto jedete také natáčet, v rámci možností je ale dobré se orientovat. Není dobré, pokud je na vás vidět, že o dané problematice nevíte vůbec nic. Když prokážete svou znalost, respondenti vám často odpovědí kvalitněji.

13. Věnovala jste se před samotným rozhovorem rozpravě s respondentem, nebo jste pokládala otázky až v okamžiku zapnuté kamery?

Většinou je to tak, že prodiskutujete téma, o kterém se chcete bavit, ještě před tím, než se zapne kamera. Řeknete si, jaké budou otázky a co by mělo být tím hlavním sdělením. Tento postup je stejný pro všechny, ať už je respondent tiskový mluvčí, nebo odborník na konkrétní oblast.

14. Jezdila vždy k události/natáčení stejná dvojice kameraman – reportér, nebo se složení štábu měnilo podle zpracovávaných témat?

Z 90 % případů jsme měli stálý štáb, ve kterém jsme pracovali. Celé dva roky jsem měla kameramana, se kterým jsme zpracovali většinu reportáží. K rozdělení docházelo pouze v případech nemoci, nebo nedostatku kameramanů v redakci. Byly to jen výjimečné případy.

15. Podle čeho jste se rozhodovala, co bude obsahem stand-upu?

Vždycky jsem se snažila, aby to bylo obrazově uchopitelné a zároveň atraktivní pro diváka. Ideální bylo, pokud se za mémi zády odehrával nějaký děj, který se vztahoval k místu natáčení. Většinou jsem využila informace, které mi řekli přímo respondenti. Ve zpravodajských reportážích jsem dělala stand-upy téměř vždy.

16. V jaké formě jste se podílela na střihu reportáže?

Na střihu samotném jsem se víceméně, i vzhledem k časové tísní, která tehdy vládla v redakci, příliš nepodílela. Pokud ale pro to byl prostor, sedla jsem si vedle kameramana a říkala mu, jaké záběry by se mi v reportáži líbily. Pokaždé jsem si ji ale pustila, abychom například předešli nějaké chybě v titulku.

17. V jakých intervalech byly nastavené redakční uzávěrky?

Krátké zprávy, které byly součástí hlavní zpravodajské relace, musely být hotové nejpozději do 13:00, kdy do redakce přicházel technik, který měl na starosti jejich střih. Klasická reportáž musela být hotová zhruba do 16:00. Někdy se to nepovedlo, takže se odevzdávalo třeba až v 16:30, tedy půl hodiny před začátkem zpráv.

18. S jak velkým předstihem jste si plánovala natáčení a domlouvala respondenty?

Většinou jsem se snažila, aby to lidé, se kterými jsme chtěli natáčet, věděli alespoň den dopředu. Pokud se jednalo o tiskové mluvčí, ti byli schopni žádosti vyhovět ještě v průběhu dne, kdy to téma bylo aktuální. U komerčních reportáží jsme se ale domlouvali třeba i s týdenním předstihem.

19. Jak fungovala kooperace s kameramanem v průběhu natáčení?

Byli jsme jeden tým. Kameraman měl na starosti obraz, já pak především organizaci toho, co se bude dít. Neustále jsme spolu komunikovali a předávali si své nápady. Zároveň si sloužíte

jako vzájemná kontrola. Na svého kolegu ale musíte myslet i při sestavování scénáře, nemůžete například napsat asynchron, ke kterému nemáte obrazový materiál.

20. Kdo měl konečné slovo při přidělování témat reportáží?

Oblast delegace reportáží měl na starosti vždy šéfredaktor.

21. Kdo řídil výběr témat do zpráv?

Zprávy, které četl moderátor ve studiu, sestavovala celá redakce. Jejich výběr měl ale na starosti hlavně šéfredaktor a jeho zástupce.

22. V jaké formě se konaly redakční porady? Jakým způsobem byly organizované?

Ze začátku mého působení porady naší denní rutinou nebyly. Až postupem času se zavedl určitý systém pravidelnosti. Setkávali jsme se vždy ráno přibližně od 8:45 do 9:15. V jejich průběhu jsme si řekli, co máme v redakčním kalendáři, který jsme používali jako společný systém plánování. Dohodli jsme se, co kdo bude mít na starosti. Případně jsme si nastínili i program následujícího dne.

23. Podílela jste se na víkendových službách? Pokud ano, v jakých ohledech se jejich náplň lišila od všedních dní?

Víkendové služby jsem si brala poměrně často. V tehdejší redakci jsem byla nejmladší, takže jsem byla ráda za každou příležitost. Zároveň jsem se snažila usnadnit práci starším kolegům, kteří už měli vlastní děti a chtěli se jim věnovat. Zaplatit víkendové služby ale pro televizi bylo hodně náročné, takže se netočilo klasické zpravodajství, ale pouze komerční reportáže. O víkendech jsme se navíc vůbec nedostávali do redakce, pohybovali jsme se pouze v terénu a samotnou reportáž zpracovávali až v pondělí dopoledne.

24. Podílela jste se na zpracování video a audio materiálů?

Při nahrávání asynchronů jsem základním způsobem upravovala zvukové nahrávky. Video jsme pak natáčeli pouze příležitostně pro sociální síť.

25. Vkládala jste natočené reportáže i na přidružené zpravodajské portály?

Některé mé reportáže se na webu objevily, já sama jsem je ale do systému nekládala.

26. Sdílela jste vaše zpravodajství i prostřednictvím sociálních sítí?

Na začátku mého působení jsme měli ještě s jedním kolegou snahu o vytváření obsahu pro sociální síť TikTok. Plánovali jsme, že pokud budeme u nějaké mimořádně události, tak natočíme krátké video o tom, co se na místě děje. Při pracovním nasazení jsme ale zjistili, že na sociální síti není čas. Zajímavé fotky z natáčení jsme ale dodatečně přidávali na Instagram.

27. Podílela jste se na tvorbě obsahu pro webové platformy? Pokud ano, jakým způsobem?

V nepřítomnosti tehdejší šéfredaktorky webu Plzen.cz jsme si s ostatními redaktory rozdělili práci mezi sebe. Každý z nás musel denně publikovat zhruba dva články. Celkově jsem tím ale strávila takových 14 dní z celého roku.

28. Dostávala jste zpětnou vazbu od diváků na svou redaktorskou práci?

Na mou vlastní práci jsem žádnou zpětnou vazbu nedostávala, lidé se ale často vyjadřovali k celé redakci. Při natáčení anket v ulicích jsme zejména od starších lidí často slyšeli, že se jim nové formáty příliš nelíbí. Celé reportáže jsme ale nekládali na sociální síti, tam bychom asi získali hodnocení od širší skupiny lidí.

Polostrukturované rozhovory se zástupci redakce ZAK TV (2022-2023)

Petr Smazal, zástupce šéfredaktora

1. Využívá redakce monitoring médií pro mapování regionálního zpravodajství?

Ano, všichni členové redakce mají zajištěné přístupy do systému Maximus, prostřednictvím kterého jsme schopní média monitorovat. Jeho uplatnění je ale v našich podmínkách minimální.

2. Které služby zpravodajských agentur redakce využívá?

Máme smlouvu s ČTK, takže je možnost využít některé informace od nich. Rádi bychom do budoucna odebírali i přehledy událostí, které se budou v regionu dít, momentálně je nemáme.

3. Jaké zdroje informací uplatňujete nejvíce?

Hlavními zdroji informací jsou pro nás tiskoví mluvčí, tiskové zprávy a vlastní zpravodajské portály Plzen.cz a Zak.tv, odkud přebíráme zpravodajství.

4. Dostávají se redaktori/redaktorky regionální televize ke zdrojům, které je potřeba uchovat v anonymitě?

Zatím jsem se s tím nesešel, že by bylo nutné nějaké zdroje utajit. Investigativní novinařinu tady nemáme.

5. Jsou některá témata v rámci redakce dlouhodobě přerozdělená mezi jednotlivé redaktory?

Určitá struktura tady funguje. Máme redaktorku, která se věnuje hlavně městským tématům, takže sleduje všechny obvody. Další redaktor se zaměřuje na policii, dopravní informace nebo politická zasedání. Na společenská témata typu plesů a festivalů máme speciálně vyhraněného externího redaktora, zároveň ale zvládá i technické oblasti nebo problematiku vysokých škol.

6. V jak velké míře jsou redaktorům přidělována konkrétní témata na základě redakčního plánu?

Přidělují se samozřejmě komerční věci, kterých je zhruba 60 % z celkového počtu. Bohužel se už trochu zaškatulkovalo, co kdo dělá, takže si redaktori vlastní náměty příliš nevyhledávají. Pokud bychom měli dlouhodobé plány, mohla by ta témata být ještě zajímavější.

7. Na základě jakých kritérií hodnotíte témata navržená redaktory?

Aktuálnost a exkluzivita. Nejzajímavější jsou samozřejmě informace, které se dějí ten den. Dále pak všechny větší akce, nebo když se stane nějaká vražda, v takových případech klidně změníme i vysílání.

8. Do jaké míry je pro vás důležitý regionální charakter zvoleného tématu?

Vzhledem k tomu, že jsme regionální televize, tak musíme plnit především úlohu lokálního média, což znamená informovat o věcech, které se dějí tady. Máme tady i celorepubliková témata, která se dotýkají Plzně, ale není to zpráva, kterou primárně vyžadujeme.

9. Jaká hlavní kritéria musí splňovat reportáž po formální stránce?

Vždy mi záleží především na tom, aby reportáže byly v pořádku po stylistické stránce a ideálně, aby nebyly žádným způsobem zaujaté. Dále se hodnotí stopáž, která by neměla přesáhnout 2,5 minuty. V neposlední řadě pak grafiky a záběry, aby to bylo správně i po technické stránce.

10. Využíváte pro účely krátkého vyjádření od respondentů pouze telefonní spojení, nebo i nějaké další platformy, které umožňují obrazový záznam?

V dnešní době už nejsou videohovory žádný problém, i přesto je ale poměrně náročné přimět redaktory, aby začali pracovat s aplikacemi typu Skype. Stále se realizují pouze telefonická spojení, do budoucna bychom to ale chtěli změnit. Tím pádem pak můžeme mnohem snáze pokrývat i vzdálenější okresy v regionu.

11. Kdo schvaluje reportáže před tím, než jdou do vysílání?

Reportáže schvaluje šéfredaktorka. V případě, že tu není, tak ji zastupuji a tuhle kontrolu provádím za ni. Do výsledku ale může promlouvat i provozní ředitel.

12. Jaký je systém přípravy čtených zpráv pro moderátory hlavní zpravodajské relace?

Zhruba v 8:30 si začnu vytipovávat aktuální témata. Nejdřív začnu zpracovávat kratšasy (krátké zprávy, pozn. autora práce), které sepíšu. Nejpozději do 10:30 přicházejí redaktoři se svými studií k reportážím, které se do osnovy také začlení. Kolem 11:00 pak tento dokument předávám k dalšímu zpracování, tedy ke stříhu (pokryvání krátkých zpráv ilustračním materiálem, pozn. autora práce). Technici následně vloží připravený text, který je v podkladech

vyznačený červeně, do čtecího zařízení. Zhruba ve 14:00 přichází moderátor, který natáčí upoutávky na web, headliny i studia.

13. Jakou podobu má vysílací schéma hlavní zpravodajské relace?

Vysílací schéma je stále stejné. Po úvodní znělce moderátor představí headliny k jednotlivým reportážím. Každý den máme ve vysílání 2-3 reportáže, které jsou uvedené studii. Jednotlivé reportáže bývají oddělené krátkými zprávami. Těch bývá zpravidla minimálně šest z Plzeňského kraje a tři až čtyři z Karlovarského kraje. V závěru se pak vysílá sportovní a kulturní přehled.

14. Kdo dává scénářům finální podobu a kdo je kontroluje?

Scénáře si píše každý redaktor sám, šéfredaktor provádí pouze drobné úpravy převážně ve stylistických záležitostech. K žádným velkým zásahům do textů nedochází. Z pozice produkčního dělám hlavně úpravy v tzv. studiích, které jsou upoutávkami pro diváky. Reportéři jsou mnohdy ve spěchu, takže jim nevěnují takovou péči.

15. S jakou frekvencí realizujete redakční porady? Jaký bývá jejich průběh?

Redakční porady by se měly konat každý všední den v 8:45. V praxi to ale mnohdy vypadá tak, že už je v té době spousta lidí někde v terénu. Mezi redaktory si úkoly rozdáme pokaždé, protože sdílíme společnou kancelář. U kameramanů je to trochu horší, protože ti mají své zázemí o patro níže, kde mají střížny a studia. K nám nahoru moc často nezavítají, takže využíváme pro komunikaci v rámci budovy i pevnou linku. Pokud se ale všichni potkáme na poradě, probereme stav reportáží, které by se měly odevzdat, delegujeme víkendové služby nebo témata, která je nutné zpracovat.

16. Jaká kritéria rozhodují o koordinaci jednotlivých štábů v terénu?

Těch kritérií je samozřejmě hodně. Jsme malá televize, takže musíme produkčně počítat s tím, jakou máme kapacitu jednotlivých aut, lidí a techniky. Taky musíme řešit náklady těch položek, nemůžeme si jen tak nahodile vyjízdit točit někam na Šumavu a následně do Karlových Varů. Musíme v tomto ohledu přemýšlet ekonomicky. Pokud se nám vyskytnou v regionu zprávy, které jsou pro nás vzdálenější, vždycky se je snažíme pokrývat obrazovým materiálem přímo od místních lidí. Případně se snažíme najít další zajímavé téma, které by bylo při cestě.

17. Fungují v rámci redakce ustálené dvojice kameramanů a reportérů, nebo se složení štábů mění?

Já osobně se snažím o to, aby bylo složení štábů stálé. Je určitě důležité, aby si na sebe ti lidé zvykli. K rotacím dochází minimálně, ale někdy to jinak nejde.

18. Kolik pracovníků se podílí na chodu redakce?

V redakci v současné době fungují čtyři redaktoři, kameramanů máme celkem pět. Někteří z nich ale vytvářejí pouze studia, grafiky, do terénu tak vyjíždějí většinou dva z nich. Zároveň část produkce vypomáhá s rozvojem Ústecké regionální televize, takže občas tam posíláme jednoho kameramana, bez kterého se pak musíme obejít. Zároveň máme ještě komerční sekci, kde je externí kameraman, který zpracovává speciální typy reportáží.

19. Jakým způsobem funguje redakční kalendář a plánování událostí?

Každý den vytvářím produkční tabulku, která je rozdělená na skupinu natáčení a redakční práce. Finální podoba tabulky vychází z redakčního kalendáře, který zde funguje asi odjakživa. Všichni členové redakce ale do sdíleného systému nemají přístup, navíc by se mohl někomu zdát nepřehledný, proto mají k dispozici dokument, do kterého se dostanou všichni a mají tam ve zkratce popsané události daného dne.

20. Podílejí se redaktoři/redaktorky na zpracování video a audio materiálů?

To je pouze ojedinělá záležitost. Není ani chtěné, aby si redaktoři sami stříhali reportáže, brali by tím vlastně práci někomu dalšímu.

21. Odkazujete na televizní vysílání prostřednictvím sociálních sítí?

Ano, nově vydáváme video upoutávky na zpravodajskou relaci prostřednictvím Facebooku. Je to ale relativně čerstvá záležitost, takže stále nemáme finální šablonu, zkoušíme různé formáty.

22. Je v redakci vyčleněný tým lidí pro správu nových technologií?

Máme šéfredaktora pro online zpravodajství, ale nějaký tým, který by se speciálně věnoval tvorbě toho obsahu pro sítě, nám zatím chybí. Jsou to pro nás aktuální témata, která se snažíme řešit.

23. Jak velkou váhu přisuzujete propojení televize s online platformami?

To, co se teď vlastně děje v celoplošných televizích, kdy média ve velké míře přecházejí do online prostředí, se bude regionálních televizí týkat do dvou let. Ta příprava by samozřejmě měla nějaká být, tendence tady už jsou, mladší generace to vnímá silněji. Je to běh na dlouhou trať, ale víme, že to je důležité a snažíme se o to.

24. V jaké formě dostáváte zpětnou vazbu od diváků? Které komunikační kanály využíváte k jejímu získání?

Nejsilnější základnu máme na Facebooku, který je v tomto ohledu funkční. Potom samozřejmě funguje to, že se na nás dívají starší lidé, kteří telefonují přímo do redakce. Občas nám sdělí něco milého, jindy zase nemilého. Máme i diváky, kteří volají takřka denně a nabízejí témata na reportáže.

Lenka Prokšová, redaktorka

1. Jaké zdroje informací využíváte nejvíce?

Pro zjišťování informací nejčastěji využívám regionální online média. Každé ráno, když přijdu do práce, tak prohlédnu všechna média, která zde v regionu působí. Na základě toho pak vybírám, čemu se budu věnovat detailně.

2. Z kolika nezávislých zdrojů běžně informaci ověřujete?

Informace na regionální úrovni není ve většině případů důvod ověřovat. Pokud bych otázku vztáhla na reportáž, většinou k dané problematice získám vyjádření zhruba 2-3 respondentů.

3. V jak velké míře využíváte jako zdroj informací vlastní síť kontaktů?

Tiskoví mluvčí hlavních regionálních institucí, měst nebo kraje, kterým volám nejčastěji, jsou většinou moji kamarádi. Velkou výhodou toho, že se známe osobně, je to, že mi určitě řeknou víc informací, než by mi řekli formálně.

4. Jak často využíváte jako zdroj informací reportáže z archivu ZAK TV?

Televizní archiv jako zdroj informací nevyužívám vůbec.

5. Kterým tématům se v reportážích věnujete vy osobně nejčastěji?

Ráda zpracovávám sociální témata, v průběhu zimy jsem například natáčela reportáž s bezdomovci. V poslední době jsme ale natáčeli spíše společenské události, jako jsou masopusty, bály nebo karnevaly.

6. Odkud berete inspiraci pro nová témata?

Vždycky to závisí na daném období, v zimě to bývají například zmínění bezdomovci, v létě pak zase tábory. Důležitá je především aktuálnost. Zároveň se snažím neustále sledovat, co plánují představitelé města a kraje.

7. Do jaké míry musíte s tématy přicházet sama a do jaké míry do jejich výběru zasahuje vedoucí vydání?

Vlastní témata představují v mém případě asi 30 %, zbývajících 70 % jsou témata přidělená. Televize pracuje hodně na principu placených reportáží, to je hlavní důvod, proč si témata příliš nevybírám.

8. Spolupracujete při výběru témat s ostatními redaktory?

V redakci je nás v současné době pouze několik, v průběhu dne navíc každý pracuje především na své reportáži. Pro konzultace tedy není příliš prostor.

9. Do jaké míry je pro vás důležitý regionální charakter zvoleného tématu?

Z mého pohledu je vůbec nejzásadnější. Aby zpráva oslovila místní diváky, je tam regionální charakter naprosto nezbytný.

10. Jakým způsobem postupujete při realizaci reportáže?

Než vyrazíme na rozhovory, vždy si přečtu několik článků k dané problematice, na základě toho pokládám otázky. V terénu vyzpovídám buď oslovené respondenty, nebo děláme anketu mezi lidmi. Po návratu do redakce pokračuji psaním scénáře a namlouváním asynchronů. Když svou práci dokončím, čekám už pouze na schválení od šéfredaktora.

11. Jaké vybavení redaktoři používají?

K práci v terénu využívám pouze mikrofon. V redakci samozřejmě stolní počítač.

12. Co považujete za nejdůležitější při přípravě na rozhovory s respondenty?

Vždy se snažím být maximálně připravená, pokaždé si načtu informace k tématu. Při samotném rozhovoru se pak respondentům snažím vytvořit hezké prostředí, aby mi toho řekli co možná nejvíce. Zároveň jim chci ukázat, že se nemusí bát, pokud to ještě neznají. Leckdy totiž bývají ve stresu kvůli tomu, že stojí před kamerou a před světly vůbec poprvé.

13. Věnujete se před samotným rozhovorem rozpravě s respondentem, nebo pokládáte otázky až v okamžiku zapnutí kamery?

Pokud mám rozhovor s hejtmanem nebo primátorem, na nic se jich dopředu neptám, odpovídají spatra takřka na jakékoliv otázky. Pokud je to nějaký odborník, jako třeba pediatr, který nestojí před kamerou denně, vždycky si na začátku povíme, o čem se vlastně budeme bavit. Většinou to pomůže i tomu, že se uvolní.

14. Jezdí vždy k události/natáčení stejná dvojice kameraman – reportér, nebo se složení štábu mění podle zpracovávaných témat?

V 70 % případů mám svého stálého kolegu s kamerou, takže by se dalo říct, že spolu tvoříme štáb. K nějaké výměně dochází většinou u aktuálních událostí, nebo při změně původního redakčního plánu.

15. Podle čeho se rozhodujete, co bude obsahem stand-upu?

Stand-upy příliš nedělám, v několika případech jsme je ale realizovali. Vždy to bylo až na úplném konci natáčení. Z pořizovaných rozhovorů se snažím zdůraznit to, co ještě nezaznělo.

16. V jaké formě se podílíte na střihu reportáže?

Na samotném střihu reportáže se přímo nepodílím. Až v okamžiku, kdy je hotová, se jdu podívat, jak vypadá finální verze. Pokud se mi něco nelíbí, upozorním kameramana na konkrétní pasáž, která by šla zpracovat lépe.

17. V jakých intervalech máte nastavené redakční uzávěrky?

Na natáčení reportáže se ve většině případů jezdí dopoledne. Pokud se má daná reportáž vysílat ještě ten den, měla by být maximálně do tří hodin odpoledne hotová. V pět hodin začínají nové zprávy, takže je tam prostor pro případnou korekturu. Hodně věcí se ale natáčí třeba až na další den, na zpracování je tak mnohem více času.

18. S jak velkým předstihem si plánujete natáčení a domlouváte respondenty?

Respondenty pro zpravodajské reportáže si domlouvám většinou s týdenním předstihem, aby si na mě udělali čas. U komerčních reportáží je to trochu jiný případ, tam je jasné, že na vás ten čas mít budou, protože jsou zadavatelem.

19. Jak funguje kooperace s kameramanem v průběhu natáčení?

Vzájemně se doplňujeme. Kameramanovi říkám, co bych chtěla, aby na místě natočil. On mě naopak instruuje, kam si mám stoupnout s mikrofonem, aby měl záběr podle svých představ, protože už přesně ví, co potřebuje.

20. Kdo má konečné slovo při přidělování témat reportáží?

Šéfredaktor a vedení společnosti.

21. Kdo řídí výběr témat do zpráv?

Obsah čtených zpráv skládají produkční a šéfredaktor. Pokud bych ale sama přišla s nějakou zprávou, kterou bych do zpráv potřebovala dostat, tak není problém se domluvit.

22. V jaké formě se konají redakční porady? Jakým způsobem jsou organizované?

Redakční porady máme každý den v 8:45, kdy se všichni společně sejdeme a řekneme si, co budeme ten den dělat. Porady řídí produkční, který nám většinou přidělí nějaké téma. Plán vysílání už má v tabulce připravený z předchozího dne, takže se o něm mnohdy bavíme už v průběhu dne a své téma očekáváme. Často se ale stává, že už v době porady natáčíme někde v terénu, takže se mnohdy vůbec nekonají.

23. Podílíte se na víkendových službách? Pokud ano, v jakých ohledech se jejich náplň liší od všedních dní?

Víkendovou službu mívám dvakrát do měsíce. Hlavní rozdíl je v tom, že máte na všechno mnohem více času. V den služby nejedete klasicky do práce, vyjíždíte až na konkrétní natáčení. S kameramanem se setkáme na parkovišti u televize, nebo přímo na místě události. Když to není aktuální téma ve stylu prezidentské volby, zpracováváme téma až v pondělí ráno v redakci.

24. Podílíte se na zpracování video a audio materiálů?

V poslední době se snažíme být aktivní na sociálních sítích, takže se zapojují i samotní redaktoři. Občas pořídím fotografii nebo krátké video z natáčení. Materiál pošlu produkčnímu, který ho umístí na firemní sociální síť.

25. Vkládáte natočené reportáže i na přidružené zpravodajské portály?

Zatím pouze nepravidelně, ale snažíme se jako redakce tenhle formát zpracovat do běžného fungování. Jedná se o nahrání reportáže na YouTube, odkud následně vložíme odkaz do článku. Pro čtenáře je to snad zpestření, pokud si mohou na webu pustit samostatně reportáž, která je zajímavá.

26. Sdílíte své zpravodajství i prostřednictvím sociálních sítí?

Redakčními kanály na Facebooku a Instagramu sdílíme upoutávky na televizní vysílání, aby diváci věděli, na co se mohou ve zprávách těšit. Své soukromé účty k tomuto účelu zatím nevyužívám.

27. Podílíte se na tvorbě obsahů pro webové platformy? Pokud ano, jakým způsobem?

Na tvorbě obsahů pro weby se podílím stejně jako ostatní redaktoři pouze některými reportážemi, které vycházejí v podobě článků.

28. Dostáváte zpětnou vazbu od diváků na svou redaktorskou práci?

Nevím jak kolegové, ale já od diváků žádnou přímou zpětnou vazbu nedostávám. Možná jsem tady moc krátce na to, abych to mohla posoudit. Jediné hodnocení tak dostávám v rámci redakce a samozřejmě od svých známých a kamarádů, kteří sledují vysílání.

Petr Kosař, redaktor

1. Jaké zdroje informací využíváte nejvíce?

Mým největším informačním zdrojem jsou podklady od produkčního, které dostávám ke svěřeným reportážím. Mám předem stanovené respondenty i hlavní téma, některý z městských obvodů si například zadá zpracovat reportáž o stoletém výročí školy. Dopředu si zjišťuji pouze obecné rámce z informačních portálů daných institucí, nejvíce informací se ale dozvím vždy přímo na místě.

2. Z kolika nezávislých zdrojů běžně informaci ověřujete?

Pokouším se z co nejvíce, vždycky ale záleží, kolik jich lze reálně dohledat. Ověřování informací není samozřejmě tak podrobné, jako kdybych dělal investigativní žurnalistiku, ale o základní prověření se snažím vždy. Základem každé reportáže jsou minimálně dva až tři respondenti.

3. V jak velké míře využíváte jako zdroj informací vlastní síť kontaktů?

Znám se se spoustou lidí, ale v médiích se ještě nepohybuji tak dlouho, abych měl nějakou specifickou síť vazeb, kterou bych využíval k těmto účelům. Vždy volám tomu, kdo mi má k tématu říct co nejvíc, bez ohledu na osobní vazby.

4. Jak často využíváte jako zdroj informací reportáže z archivu ZAK TV?

Pro účely záběrů. Když připravujeme nějakou reportáž, většinou už v průběhu natáčení vím, že budu například potřebovat záběry k tématu očkování. Jejich dohledání je jednoduché s pomocí klíčových slov.

5. Kterým tématům se v reportážích věnujete vy osobně nejčastěji?

V tomto ohledu jsem dost univerzální, žádné vlastní preference zpravodajských témat nemám. Zpracuji vše, co je zrovna potřeba.

6. Odkud berete inspiraci pro nová témata?

Při výběru témat jsme dost limitovaní regionem. Hezká všeobecná témata, která mají nadčasovost, většinou vycházejí z běžného života. Bohužel jich ale není neomezeně, takže se k nim příliš nedostávám.

7. Do jaké míry musíte s tématy přicházet sám a do jaké míry do jejich výběru zasahuje vedoucí vydání?

Z velké části jsou mi témata přidělována vedením redakce, vlastních témat je úplné minimum.

8. Spolupracujete při výběru témat s ostatními redaktory?

Ohledně volby témat komunikuji pouze s produkčním.

9. Do jaké míry je pro vás důležitý regionální charakter zvoleného tématu?

Jelikož tady sám bydlím, přijde mi to důležité. Věci, o kterých mluvíme, se dějí přímo kolem nás. Z mého pohledu bychom ale mohli do zpráv zakomponovat i nějaká celorepubliková témata, alespoň jednou zprávou na okamžik opustit západní Čechy.

10. Jakým způsobem postupujete při realizaci reportáže?

Po základní rešerši se většinou telefonicky spojím se svou kontaktní osobou. Společně se následně domluvíme na konkrétním termínu a čase, počtu respondentů a technických záležitostech. Nabrat synchrony se snažím většinou ještě před začátkem akce, pokud to situace dovolí. Pokud kameraman pořizuje ilustrační záběry, snažím se mezitím získat další informace, které bych ještě využil. Když se vrátíme zpátky do redakce, začnu s kompletováním scénáře, posledním krokem je namlouvání.

11. Jaké vybavení jako redaktor využíváte?

V terénu využívám pouze mikrofon. Oproti ostatním redaktorům mám navíc výhodu domácího studia, které jsem si zřídil kvůli podcastovému rádiu, takže jsem schopný namlouvat reportáže odtud. Zjistili jsme, že pokud asynchrony vytvořím v domácím prostředí, mají adekvátní kvalitu pro použití. V případě, že chci pracovat z domova, stačí mi počítač, mikrofon a zástěna. Prostřednictvím vzdáleného přístupu pak finální soubor předám do redakce.

12. Co považujete za nejdůležitější při přípravě na rozhovory s respondenty?

Nejdůležitější je mít alespoň základní informace. Nemám rád ten pocit, když jedu na natáčení a nic o tématu nevím. Nelze pouze nastavit mikrofon a čekat, co vám respondent poví.

13. Věnujete se před samotným rozhovorem rozpravě s respondentem, nebo pokládáte otázky až v okamžiku zapnutí kamery?

Pokud je to zadaná reportáž, tak si ještě před začátkem rozhovorů snažíme vyjasnit detaily ohledně toho, co by mělo být výstupem reportáže, co by měla divákům sdělit. Téměř s každým si ale minimálně ve zkratce povíme, o čem se budeme bavit.

14. Jezdí vždy k události/natáčení stejná dvojice kameraman – reportér, nebo se složení štábu mění podle zpracovávaných témat?

Na výběr příliš nemám. Kdo je aktuálně volný a nejméně vytížený, ten se mnou jede.

15. Podle čeho se rozhodujete, co bude obsahem stand-upu?

Ve svých reportážích stand-upy nevyužívám.

16. V jaké formě se podílíte na střihu reportáže?

Do střihu nezasahuji, protože tady máme šikovné kameramany, kteří svému řemeslu rozumějí. Samozřejmě, pokud pak v reportáži najdu něco, co se mi nelíbí, tak jim řeknu, aby daný úsek odebrali nebo vyměnili. Příkladem může být statický záběr na logo nějaké firmy v nekomerční reportáži, to je špatně. Velký důraz kladu na kontrolu titulků, kde se občas vyskytne chyba ve jméně, ale to jsou spíš kosmetické úpravy.

17. V jakých intervalech máte nastavené redakční uzávěrky?

To je vždy v závislosti na tom, kdy má jít konkrétní reportáž do vysílání, žádný univerzální termín stanovený není. Pokud reportáž čeká delší schvalovací kolečko, snažíme se být v postprodukci co nejrychlejší.

18. S jak velkým předstihem si plánujete natáčení a domlouváte respondenty?

Respondenty si domlouvám prostřednictvím kontaktní osoby třeba den předem, nebo dokonce až přímo na místě. Formát reportáží, které zpracovávám, to umožňuje. Když ale potřebuji vyjádření nějaké společensky významnější osobnosti, čas mezi oslovením a realizací se pochopitelně prodlužuje.

19. Jak funguje kooperace s kameramanem v průběhu natáčení?

Každý známe svou úlohu. Kameraman mi pouze sdělí, kam se mám postavit kvůli světlu a záběru. Respondenta připravíme společně, udělá se zvuková zkouška a můžeme natáčet. Ohledně ilustračních záběrů příležitostně projeví nějaké přání, co konkrétně by měl natočit, na co by neměl zapomenout.

20. Kdo má konečné slovo při přidělování témat reportáží?

Reportáže ve většině případů přiděluje produkční.

21. Kdo řídí výběr témat do zpráv?

To je v kompetenci šéfredaktora a jeho zástupce. Systém výběru a struktury čtených zpráv je tady už ale zavedený od původní redakce.

22. V jaké formě se konají redakční porady? Jakým způsobem jsou organizované?

Redakční porada by měla být každý den zhruba v 8:45. Vždy se týká zejména lidí, kteří se ten den budou podílet na některém natáčení. Systém těchto setkání má ale časté výpadky, protože už spousta lidí v té době funguje v terénu.

23. Podílíte se na víkendových službách? Pokud ano, v jakých ohledech se jejich náplň liší od všedních dní?

S kameramanem máme zadaná témata, jejichž pokrytí a výjezdy si organizujeme sami. Většinou se potkáme až přímo na místě, nebo mě kolega vyzvedne doma, takže forma logistiky je asi největší rozdíl. O víkendu v redakci nikdo nebývá, takže se po skončení akce vracíme zase domů a materiály zpracováváme až po víkendu.

24. Podílíte se na zpracování video a audio materiálů?

Mojí hlavní doménou je psaní a namlouvání. S ohledem na působení v rádiu mám ale vztah i k úpravě audio nahrávek.

25. Vkládáte natočené reportáže i na přidružené zpravodajské portály?

Pouze pokud se jedná o zpravodajskou reportáž. Komerční reportáže jsou určeny jen pro televizní vysílání.

26. Sdílíte své zpravodajství i prostřednictvím sociálních sítí?

Na sítích sdílím reportáže, u kterých si myslím, že se mi obsahově povedly, takže chci, aby se dostaly k lidem. Zároveň začínám své reportáže pravidelně vkládat na svůj profesní Facebook. Vnímám to i jako osobní promo.

27. Podílíte se na tvorbě obsahů pro webové platformy? Pokud ano, jakým způsobem?

Na zpravodajských webech se nijak nepodílím.

28. Dostáváte zpětnou vazbu od diváků na svou redaktorskou práci?

Zatím dostávám zprávy pouze od svých kamarádů, kteří mě sledují. Možná nějaké přímé reakce přijdou s vloženými reportážemi na profesní Facebook.