

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

**Mediální rutiny redaktorů týdeníku DOBRÝ DEN
S KURÝREM v rubrice Společnost**

Bakalářská diplomová práce

Jakub KETMAN

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Karel Páral

Olomouc 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně za použití uvedených zdrojů a literatury.
Počet znaků v práci je 75 017 včetně mezer.

V Olomouci dne

.....
Jakub Ketman

Poděkování

Tímto bych chtěl poděkovat zejména vedoucímu práce Mgr. et Mgr. Karlu Páralovi za jeho ochotu a trpělivost. Dále patří dík všem respondentům za ochotu poskytnout rozhovory pro potřeby této práce. Děkuji své rodině a přátelům za podporu během psaní této diplomové práce.

Abstrakt

Tato bakalářská práce předkládá popis pracovních postupů a mediálních rutin kulturních redaktorů týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM, kteří se podílejí na tvorbě rubriky Společnost. Cílem je charakterizovat proměnu těchto rutin za posledních deset let. Práce se zaměřuje na rutinní postupy redaktorů regionálního média v oblasti s velkým zájmem obyvatel o kulturu. Základ pro srovnání současných pracovních postupů a dřívějších rutin poskytly odpovědi z polostrukturovaných rozhovorů se současným kulturním redaktorem a s redaktorem, který se této pozici působil před deseti lety. Práce obsahuje také výpovědi šéfredaktora tohoto média a vedoucí kulturního oddělení. Zvolenou výzkumnou metodou jsou polostrukturované rozhovory. Práce je založena na konceptu mediálních rutin.

Klíčová slova

Teorie mediálních rutin, tištěné regionální médium, kulturní žurnalistika, týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM, Slovácko

Abstract

The following dissertation presents a description of the workflows and routines used by the journalists of „DOBRÝ DEN S KURÝREM“, who work in the „society“ section. The goal is to characterize the changes among these routines during the last 10 years. The thesis is focusing on the routine procedures used by journalists, working for regional media in a region with high interest in culture. The basis for comparing the procedures of today to those used years ago, was created by interviewing a cultural journalist of today, and one who worked in his place ten years ago. The thesis also includes statements made by the editor in chief of this media, who is also the head of the cultural section. The method used to research all of the above is interviewing. The dissertation is based on the concept of medial routines.

Key words

Theory of media routines, local press, culture journalism, DOBRÝ DEN S KURÝREM, Slovácko

OBSAH

ÚVOD.....	6
1. TEORETICKÁ ČÁST	8
1.1 Teorie mediálních rutin	8
1.2 Výběr témat	9
1.3 Výběr zdrojů	10
1.4 Organizace práce v redakci	11
1.5 Zpracování obsahu	12
1.6 Multimedializace obsahu	13
2. METODICKÁ ČÁST	15
2.1 Kvalitativní výzkum	15
2.2 Metody užívané k výzkumu	16
3. PRAKTICKÁ ČÁST.....	18
3.1 Týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM.....	18
3.2 Respondenti	18
3.3 Výběr témat	19
3.4 Výběr zdroje	22
3.5 Organizace práce v redakci	26
3.6 Zpracování textů	29
3.7 Multimedializace obsahu	32
ZÁVĚR	36
SEZNAM LITERATURY	38
PŘÍLOHY	40
Obrázky	40
Rozhovory s členy redakce.....	46

ÚVOD

Role regionálních médií je v našem mediálním systému nezastupitelná. Reflexe těchto médií však v odborné literatuře nedostatečná. Dosavadní poznatky z této oblasti shrnuje publikace Lenky Waschkové Císařové, *Český lokální a regionální tisk mezi lety 1989 a 2000*. S nedostatečnou reflexí českých regionálních médií souvisí také nízká pozornost věnovaná mediálním rutinám a pracovním postupům zaměstnanců těchto médií.

Předkládaná práce nabízí vhled do pracovních postupů a zavedených rutin zaměstnanců tištěného regionálního periodika s názvem DOBRÝ DEN S KURÝREM. Médium vyhází periodicky každý týden a zasahuje oblast Moravského Slovácka. Tyto noviny jsou zaměřeny výhradně na obyvatele regionu a na lokální témata. Stěžejními tématy, která periodikum nabízí, jsou především sportovní zpravodajství a kulturní dění. Neopomínají přitom ani obecné zpravodajství. Právě velký prostor pro kulturní témata je prvkem, který výrazně odlišuje týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM od konkurence. Zatímco u celostátních periodik nebo u sítě novin Deníku rubriky Kultura a Společnost zabírají méně a méně místa nebo vůbec žádné, slovácký týdeník láká čtenáře právě na informace z kulturní oblasti. Napomáhá tomu i ráz regionu, který je prolnut tradicemi a zvyky, jež si místní předávají už po mnoho generací. Základem slovácké kultury je lidový folklor, který se často dostává na stránky novin.

Hlavním zaměřením této práce je zkoumání pracovních postupů a rutin kulturních redaktorů, kteří tvoří rubriku Společnost v týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM. Práce představuje činnost jednotlivce a jeho příspěvek do chodu rubriky. Přínosem bakalářské práce je vhled do chodu redakce regionálního periodika, který není v našem akademickém prostředí příliš zastoupen.

Cílem práce je objasnit, jaké principy uplatňují redaktoři týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM při tvorbě rubriky Společnost. Práce zkoumá postupy, které kulturní redaktoři používají při sestavování rubriky Společnost od výběru událostí, přes sběr informací, zpracování textu, následnou kontrolu až po publikování v novinách a na webových stránkách periodika. Objasňuji, čím se redaktoři při tomto postupu řídí a na co berou ohled. Dílčím cílem práce je také zjistit, jak se tyto zavedené postupy měnily v průběhu času.

Práce má také dát odpověď na hlavní výzkumnou otázku: Jak se změnila tvorba rubriky Společnost za posledních deset let?

Práce se dělí na tři základní části - teoretickou, metodickou a praktickou. V části věnované teorii je rozvinuta problematika teorie mediálních rutin. Teoretická část vnese bližší vhled do práce redaktora a fungování médií.

Teorie mediálních rutin pomáhá objasnit postupy, které volí redaktoři při sestavování obsahu novin. Redaktor se totiž při své práci setkává s velkým množstvím nabízených témat ke zpracování. Množství těchto témat je větší než prostor, který je poskytnut pro jejich publikování, a proto prochází nabízená témata selekcí. Teorie rutin objasňuje i proces tohoto výběru.

Důležitou součástí práce novináře je sběr informací, který následuje po výběru témat ke zpracování. Této tématice je v teoretické části věnována část, která popisuje faktory, které slouží k výběru zdrojů pro sestavení mediálního obsahu. V teoretické části dále nalezneme charakteristiku procesu zpracování mediálního obsahu redaktory. Kromě toho tato část popisuje i způsoby organizace práce v redakcích.

Pro většinu redakcí je dnes samozřejmostí používání webových stránek, a dokonce sociálních sítí. Větší redakce si mohou dovolit zaměstnat kvalifikované pracovníky, kteří s těmito novými médii umí pracovat. Redakce s menším množstvím zaměstnanců si však většinou tento způsob zvolit nemohou a pracovat se sociálními sítěmi a webovými stránkami musí sami redaktoři. Práce tedy také objasňuje, jak se s tímto úkolem vypořádávají redaktoři menšího regionálního periodika.

Metodologická část bakalářské práce nabízí vhled do metod, které slouží k vypracování výzkumu. Jsou definovány metody užití v praktické části a obsaženo je i vysvětlení využití právě těchto metod. Definice a popis postupů, které jsou při výzkumu využity, jsou velmi důležité. Z jejich nastavení totiž vyplyne výsledek zkoumání.

Výchozí výzkumnou metodou jsou polostrukturované rozhovory s členy redakce, kteří se podílejí na tvorbě rubriky Společnost. Rozhovoru je podroben zejména šéfredaktor týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM, který řídí rubriku. Dále jsou dotazováni redaktoři, kteří do rubriky přispívají, a také bývalý redaktor týdeníku, jehož zkušenosti budou důležité při mapování proměny rutin redaktorů rubriky v během času.

Praktická část ukazuje, prezentuje a shrnuje údaje získané z polostrukturovaných rozhovorů. Veškeré poznatky a odpovědi na výzkumné otázky jsou obsaženy v závěru této práce.

1. TEORETICKÁ ČÁST

1.1 Teorie mediálních rutin

Práce redaktora je podle Trampoty otevřená, což znamená, že k jejímu provádění není potřeba zvláštní oprávnění, atestace nebo vzdělání (Trampota 2006, 50). Pravidla, normy a postupy, se kterými se redaktori při své práci setkávají, učí své zaměstnance právě mediální organizace. Při tvorbě mediálního obsahu pak redaktor postupuje nejen dle pokynu zaměstnavatele, ale i podle svých charakterových vlastností, politických názorů nebo náboženství. Zajímavý poznatek v tomto ohledu přidává Zoonenová, která upozorňuje na fakt, že ženy na pozici redaktorek vyhledávají jako zdroje spíše ženy (Zoonenová 1998, 36). To ukazuje, že určitý vliv má i pohlaví redaktora. Právě tyto vlivy se velkou měrou podílejí na vzniku mediálních obsahů, vytvořených daným redaktorem. *To vše může ovlivňovat, jaká témata redaktor prosazuje do zpráv, co vnímá jako důležité, čím by zpráva měla oslovovat příjemce a jak by měla být zpracována* (Trampota 2006, 51).

K potlačení těchto vlivů ale často dochází přímo mediální organizací. Její struktura, nastavení a velikost působí jako ukazatel směru, jakým se má pracovní postup redaktora ubírat. Výsledný produkt redaktorovy práce nezávisí pouze na jeho autorovi, ale prochází kontrolou několika dalších zaměstnanců mediální organizace. Trampota v tomto smyslu hovoří o kolektivní práci.

Samotné organizace pak uplatňují ustálené postupy, jakými se v praxi vytváří jejich mediální produkty. *Rutiny jako pravidelné vzorce jednání zpravodajských organizací usnadňují kontrolu toku práce a umožňují zpracovávat v krátkém časovém horizontu nečekané události* (Trampota 2006, 55). Shoemakerová a Reese uvádějí, že tyto postupy zajišťují předvídatelnost a snižují pravděpodobnost narušení hladkého chodu mediální organizace. Mediální rutiny podle nich také pomáhají odpovědět na tři základní otázky: *Co je přijatelné pro publikum? Co je mediální organizace schopna zpracovat? Jaký materiál má organizace k dispozici od zdrojů?* (Shoemakerová a Reese 1996, 104).

Negativním následkem přílišné rutinizace produkce zpráv může být snížená schopnost flexibilně reagovat na překvapivé a neočekávané události. Silné spoléhání na rutiny může vést také k předvídatelnosti jednání médií a větší možnosti ovlivňovat podobu zpráv třetími subjekty (jako jsou profesionální komunikátoři a PR agentury) (Trampota 2006, 57).

1.2 Výběr témat

Již zmíněné otázky slouží jako vodítka tzv. *gatekeeperům*. S pojmem *gatekeeping* v oblasti médií přišel poprvé David Manning White v 50. letech minulého století, když zkoumal postup při výběru témat do médií. Na tento proces výběru mají největší vliv zpravodajové, redaktoři a editoři nebo šéfredaktor, kteří rozhodují, jaká témata se dostanou do zpravodajství a která nikoliv. Výzkumy kritérií pro třídění témat se tak zaměřují i na rozhodovací procesy konkrétních zaměstnanců mediálních organizací (Trampota 2006, 38). Výzkumy prokázaly, že na rozhodování gatekeeperů má rozhodující vliv několik faktorů jako například velikost daného média, interpersonální vztahy v redakci nebo nedostatek místa a času (Reiffová a kol. 2004, 71).

Zpravodajství se zdánlivě musí vyrovnávat s událostmi, které jsou namnoze překvapivé a neočekávané a jejich zpracování jako by ani nebylo možné předem naplánovat. Ve skutečnosti ale tvoří neočekávané události jen malou část zpravodajství (Jirák a Köpplová 2007, 76). K výběru a zpracování právě neočekávaných událostí mají redakce již zavedené rutinní postup. Jejich páteř tvoří tzv. zpravodajské hodnoty. Galtung a Rugeová vyvodili několik takových hodnot:

- *frekvence*
- *práh pozornosti*
- *absolutní intenzita*
- *nárůst intenzity*
- *jednoznačnost*
- *význam*
- *kulturní blízkost*
- *relevance*
- *souznění*
- *předvídatelnost*
- *poptávka*
- *neočekávanost*
- *nepředvídatelnost*
- *vzácnost*
- *kontinuita*
- *variace*

- *vztah k elitním národům*
- *vztah k elitním osobám*
- *personifikace*
- *negativita*

(Galtung a Rugeová, 1965: 70-71)

Tyto hodnoty mají vedle *gatekeeperů* velký vliv na výběr událostí, které se dostanou do obsahu produktů mediální organizace.

1.3 Výběr zdrojů

Důležitou součástí rutinních postupů při vytváření mediálních obsahů je výběr zdrojů. Ten se řídí jistými postupy a jeho konkrétní podoba závisí na zavedených postupech dané redakce. Leon Sigal vymezuje tři typy komunikačních kanálů: rutinní, neformální a iniciované zdroje (Sigal in Trampota 2006, 84). Podle něj pochází největší množství informací od rutinních zdrojů, které tvoří soudy, tiskové zprávy, tiskové konference apod. Neformální komunikační kanály pak zahrnují úniky informací, nevládní prohlášení nebo rozhovory s reportéry. Třetí typ, tedy zdroje iniciované, pak závisí na aktivitě samotného reportéra a zahrnují jím iniciované rozhovory, jeho analýzy nebo statistické údaje (tamtéž). V tomto ohledu je jako důvěryhodná informace brán *například fakt, který novinář sám zjistí – například tak, že je svědkem nějaké události* (Čuřík a kol. 2012, 38).

Tuchmanová přichází s pojmem „zpravodajské sítě“. Ty zahrnují například sledování jen určitých toků informací mediálními organizacemi. To se projevuje například umístěním stálých zpravodajů u konkrétních organizací a na důležitých místech. Do této kategorie stejně tak spadá napojení na zpravodajské agentury nebo dopisovatele (Tuchmanová in Trampota 1978).

Podobně je tomu i v případě jednotlivých redaktorů. *Personál a čas jsou nedostatkovým zbožím, novináři tak aktivně sledují jen malý počet neoficiálních zdrojů, které mají k dispozici a které se v minulosti osvědčily a jsou pasivní vůči dalším možným zpravodajským zdrojům* (Gans 1979, 116). Větší pravděpodobnost prosazení se do médií mají ty zdroje, které disponují větší mocí. Avšak pořád je zde výrazná role novináře, který rozhoduje o tom, který zdroj se do média dostane. Potencionální zdroje se mohou jen nabízet, výběr je na redaktorovi (Gans 1979, 117).

Gans se také zmiňuje o faktorech, které hrají pro novináře rozhodující roli při výběru vhodného zdroje.

Prvním bodem je předchozí vhodnost zdroje. *Pokud zdroje v minulosti poskytly informace vedoucí k vhodné reportáži, jsou způsobilé stát se znovu zdrojem, dokud se nakonec nestanou pravidelnými zdroji* (Gans 1979, 129). Za důležitou označil Gans také produktivitu. *Zdroje jsou posuzovány podle schopnosti dodávat hodně informací bez zbytečného úsilí novináře* (Gans 1979, 129). Neméně důležitá je také spolehlivost. *Novináři chtějí spolehlivé zdroje, jejichž informace vyžaduje nejmenší množství kontroly* (Gans 1979, 130). Dalším důležitým bodem je důvěryhodnost zdroje. *Když není možné dostatečně rychle ověřovat informace, vyhledávají zaměstnanci médií důvěryhodné zdroje- takové, které se neomezují pouze na propagaci svých zájmů, jsou přesné a především poctivé* (Gans 1979, 130). Gans zminuje také autoritu. *Novináři dávají přednost oficiálním zdrojům před těmi bez oficiálního postavení a odpovědnosti* (Gans 1979, 131). Posledním podstatným bodem je schopnost vyjadřování. *Pokud je zdroj dotazován, je od něho vyžadováno, aby své stanovisko formuloval tak výstižně, jak jen je to možné* (Gans 1979, 131).

Se zvyšujícím se počtem těchto faktorů, kterými zdroj disponuje, zároveň roste pravděpodobnost, že zpráva bude použita při produkci zpráv. Důležité je také, do jaké míry souzní názory zdroje s názory redakce, nebo zda novináři vnímají zdroj pozitivně či negativně. To hraje také roli nejen při samotném výběru zdroje, ale také to má vliv na to, jakým způsobem bude zpráva zpracována (Trampota 2006, 87).

1.4 Organizace práce v redakci

Burton a Jiráček uvádějí, že k rutinizaci práce v redakcích patří pravidelné porady, na nichž se rozhoduje, jak bude probíhat další sběr informací a jejich zpracování (Burton a Jiráček 2001, 104).

Porady přináší plány na obsah následujícího vydání novin a také bývá jejich předmětem hodnocení minulého čísla. *Při plánování a vlastní tvorbě deníku se nelze spoléhat na to, že se „něco stane“*. *Pro současné tištěné deníky už v plné míře neplatí to, že prvořadé je zpravodajství z událostí* (Čuřík a kol 2012, 179). V tomto ohledu je důležitý příspěvek samotného redaktora, který předkládá plány. Díky těmto plánům pak může vedoucí vydání rozdělit práci tak, aby efektivně zaplnil strany novin. Tušer rozděluje plány na tři typy: dlouhodobé, střednědobé a krátkodobé, přičemž dlouhodobé plány jsou na období půlroku nebo roku. Střednědobé plány se zaměřují na období čtvrt roku a určují hlavní témata rubrik.

Plánování měsíční, týdenní nebo denní spadá do kategorie krátkodobých plánů a určují obsah jednotlivých čísel novin. Zvláštním typem plánů jsou *osobité* plány, které se týkají mimořádných nebo tematických čísel (Tušer 1999, 68).

Plánování práce v redakci by mělo počítat i s termínem odevzdání prací, tedy s uzávěrkami. *Veškerá média pracují s uzávěrkami, tedy s pevně danými termíny dokončení určité práce či její části* (Burton a Jirák 2001, 103). Plánování uzávěrek záleží na mnoha faktorech jako jsou technické možnosti (počítačové zpracování textů a grafiky výrazně posunulo uzávěrky deníků na desátou hodinu), charakteru média nebo na charakteru výrobku (tamtéž).

Noviny musí být hotové do určité chvíle, aby bylo možné je včas vytisknout a rozvézt do stánků a k předplatitelům. V deníku uzávěrky slouží k tomu, aby byl stanoven jasný termín odevzdání hotového textu, a uzávěrek bývá během dne několik, aby bylo možné nové číslo postupně sestavovat a aby do poslední chvíle zbyval prostor pro případnou překvapivou zprávu či rozuzlení nějaké probíhající události (Burton a Jirák 2001, 103 - 104).

Nedílnou součástí organizace práce v redakci je organizační struktura. Na vrcholu stojí zpravidla šéfredaktor, zástupce šéfredaktora a vedoucí vydání. Tušer tyto funkce řadí do skupiny *redakčních funkcionářů* a přidává k nim ještě pozici hlavního sekretáře, sekretáře, vedoucího oddělení a vedoucího redaktora (tamtéž). Druhou skupinu pak tvoří samotní redaktori, kteří jsou stěžejní částí celé redakce. Ti sami aktivně vyhledávají témata a zařazují je do plánů, se kterými přicházejí na pravidelné porady. Zvláštní postavení má v redakcích pozice editora. *Je to redaktor odpovědný buď za celé číslo novin či časopisu (tzv. editor vydání), nebo za jednotlivé stránky, popř. má na starosti konečnou redakci materiálů* (Osvaldová 2002, 54).

1.5 Zpracování obsahu

Hlavní částí celého procesu mediální tvorby je vytváření produktů, v případě tištěných médií se jedná o zhotovení samotného textu. Jedná o stěžejní úlohu, kterou je každý redaktor pověřen, a měl by tedy být schopen bez větších problémů vystavět kvalitní text. *Ještě předtím, než začne příslušný redaktor na zprávě pracovat, musí ovšem získat téma. A právě vyhledávání témat (nápad) je při novinářské práci to nejsložitější. Dobrý reportér tedy musí umět nejenom dobře psát (platí to, ať už pracuje pro jakékoliv médium, jde o základní novinářskou dovednost), ale rovněž aktivně vyhledávat důležitá a zajímavá témata, musí umět*

shromážďovat a vyhodnocovat informace – analyzovat je, interpretovat, vybírat a dávat do souvislosti (Čuřík a kol. 2012, 160).

Při psaní samotného textu se redaktoři musí držet určitých pravidel specifických pro danou redakci, aby nenarušovali její hladký chod a nepřidávali práci kolegům. Některá pravidla platí obecně pro novinářskou práci. Tištěná média mají pro články vyhrazený prostor a texty se tak musí vejít do předem dané délky sloupce. Aby editor nemusel v případě potřeby krátit texty, pročitat celé články, učí se redaktoři sestavovat texty tak, aby se daly automaticky odzadu krátit po celých odstavcích (Burton a Jiráček 2001, 105).

Předtím, než začne pracovat na článku, by se měl dobrý novinář rozhodnout, jaký žánr použije a čeho přesně se má článek týkat. Podle toho musí shromáždit a vybrat všechny potřebné a podstatné informace a pak musí vymyslet kompozici článku, poutavý úvod a titulek (Čuřík a kol. 2012, 161). Po výběru žánru pokračuje redaktor vytvořením příspěvku. Dále se také rozhoduje, zda bude text náležet do sféry zpravodajství nebo publicistiky. Výběr žánru závisí buď na samotném redaktorovi nebo je tento výběr v souladu s redakčním záměrem (Tušer 1999, 38).

Z vytvořených textů od jednotlivých autorů se pak vyberou ty, které budou publikovány (tzn. jsou v souladu s plány a záměry redakce nebo se s nimi počítá z jiných důvodů). Po dokončení výběru přichází na řadu příprava na samotné publikování. To zahrnuje úpravy po stránce jazykové, stylistické, věcné i technické (Tušer 1999, 39).

Tušer též zmiňuje, že redaktor by si před odevzdáním měl text po sobě přečíst a opravit gramatické nebo věcné chyby a v případě potřeby dokonce celý text přepracovat (tamtéž, 39 - 40).

1.6 Multimedializace obsahu

Kromě tištěných verzí novin dnes ještě existuje a je hodně využíváno online zpravodajství. Velkou část obsahů tištěných periodik tak lze nalézt jednoduše na internetu. *Internet se stal specifickým místem pro publikování informací. Má velké množství uživatelů, funguje u něj klasická zpětná vazba, čím je víc uživatelů, tím více se tvoří materiál k publikování, čím bude více čtení a prohlížení, zase přibude předplatitelů servisu.* (Verner 2007, 38) V rámci redakcí pak dochází k různým formám sdílení jednoho obsahu skrze více platforem daného média. Redakce přicházejí s překlápěním obsahu z jednoho média (např. tištěné noviny) do druhého média, což může umožnit webová stránka (Čuřík 2012, 12) Někdy dochází u obou typů médií (tradiční a online) k vzájemné propagaci a marketingovému

využití. Stejná redakce pak mnohdy vytváří obsah pro oba typy médií, a to přináší větší tlak na redaktory, kteří musí vytvořit dvakrát více obsahu.

Patrné jsou i rozdíly mezi oběma formami zveřejňování mediálního obsahu. Na rozdíl od online médií využívají tištěná média standardizované žánrové vzorce. Texty v online médiích bývají také stručnější a výstižnější. Právě online média také kladou větší důraz na titulky, ty totiž musí upoutat pozornost uživatele (Sošková 2010, 119–125). *Titulek je často jedinou částí textu, která je pro uživatele viditelná v hlavní zpravodajské nabídce, rozhoduje tak o tom, zda uživatele přiláká* (Čuřík a kol. 2012, 24).

Novým trendem v oblasti nových médií je propagace článků online médií přes sociální sítě. S rozšiřující se základnou uživatelů stoupá počet potencionálních čtenářů. Proto čím dál častěji využívají média sociální sítě jako kanály, kterými proudí informace od médií ke čtenářům.

Součástí článků v médiích bývají fotografie. Jejich pořizování a výsledná podoba podléhá nepsaným pravidlům. *Každá fotografie má být samozřejmě ostrá, dobře zaměřená a s jasnou kompozicí (u profesionálních fotografů s tím není problém, ovšem v dnešních redakcích kvůli finančním úsporám často fotografují i běžní redaktori bez jakékoliv fotografické přípravy)* (Čuřík a kol. 2012, 53). Redakce si sami pak určují, jak má být vystavěna kompozice fotografie a na co se má fotograf při pořizování snímku soustředit. Jiné podmínky jsou kladeny na zpravodajskou fotografii a jiné podmínky musí splňovat fotografie zachycující kulturní dění. U zpravodajských fotografií je kladen důraz na to, aby fotograf co nejméně zasahoval do dění, které zachycuje. Stejně tak by také neměl stavět aktéry dění do pozic, které on potřebuje pro svůj snímek (Čuřík a kol. 2012, 53).

2. METODICKÁ ČÁST

Hlavním cílem naší práce je pomocí empirického výzkumu odhalit postupy práce kulturních redaktorů regionálního týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM. Práce se zaměřuje na rutiny novinářů a zároveň se snaží zjistit, jak se tyto pracovní návyky mění v tomto médiu v čase.

Hlavní výzkumná otázka zní: Jak se změnil postupy tvorby rubriky Společnost za posledních deset let?

Dostatečný podklad k odpovědi na tuto otázku poskytují odpovědi bývalého zaměstnance týdeníku, který se na tvorbě rubriky Společnost podílel. Proměny pracovních postupů jsou klíčovou informací pro pochopení současné podoby rubriky Společnost. Data z rozhovoru s bývalým zaměstnancem nám pomohou pochopit zaběhlé postupy redaktorů v době, kdy v dané mediální organizaci působil. Jeho výpovědi o mediálních rutinách také můžeme srovnat s výpověďmi o současných pracovních postupech. Výsledkem bude pochopení vývoje těchto rutin v čase.

Pomocí otázek v polostrukturovaném rozhovoru budeme zjišťovat, jak postupují redaktoři při tvorbě rubriky. Skrze analýzu odpovědí pak dostaneme celkový obrázek o mediálních rutinách redaktorů.

Dílní výzkumné otázky: Jaké mediální rutiny uplatňují redaktoři týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM při tvorbě rubriky Společnost? Jací činitele ovlivňují tvorbu rubriky Společnost?

Pomocí otázek v polostrukturovaném rozhovoru budeme zjišťovat, jak postupují redaktoři při tvorbě rubriky. Skrze analýzu odpovědí pak dostaneme celkový obrázek o mediálních rutinách redaktorů.

2.1 Kvalitativní výzkum

Pro náš výzkum bude vhodné použít metody kvalitativního výzkumu. Petrušek říká, že předmětem jejich zkoumání je totiž studium běžného, každodenního života lidí v jejich přirozených podmínkách (in Sedláková 2014, 51). Sedláková k tomu dodává, že to v podstatě znamená zkoumat sociální realitu z pohledu samotných aktérů. *Proto kvalitativní výzkumy pracují s měkkými daty, jež mají zpravidla podobu dlouhých slovních výpovědí či zápisů nebo vyobrazení* (Petrušek 1993, 129). Na rozdíl od kvantitativních metod, které využívají číselná data, jejichž výchozími zdroji jsou tzv. *hromadná data, ať už v podobě agregovaných dat,*

shromážděných průběžně nějakou institucí nebo získaná přímo pro dané šetření aplikací vybrané výzkumné techniky (Sedláková 2014, 51).

Vzhledem k individuální povaze hlavního cíle našeho výzkumu bude vhodné využít právě kvalitativní metody výzkumu.

2.2 Metody užití k výzkumu

Techniku interview využívá velké množství humanitních a sociálně vědních oborů a lze ji dobře kombinovat i s jinými postupy sběru dat (Sedláková 2014, 207). Ve své práci dále Sedláková konstatuje, že velmi populární i hodně využívané jsou polostrukturované rozhovory, které také nazývá semistrukturované či řízené. Tento typ rozhovoru je podroben důkladné přípravě a jsou u něj stanoveny otázky. Přesto však zde hrají velkou roli tzv. sekundární otázky pokládané spontánně tazatelem. Sedláková dále zdůrazňuje, že při interview nebudou kladeny otázky, na které informant odpovídá spontánně bez vyslovení těchto dotazů.

Předem připravené otázky jsou hlavně otázky otevřené. Trampota a Vojtěchovská říkají, že tyto typy otázek přinášejí větší míru svobody odpovídání a tyto odpovědi mohou být i takové, které tazatel vůbec nepředpokládal. *U otevřené otázky respondent formuluje vlastní odpověď samostatně. Nemá zde žádnou „nápovědu“ v podobě předdefinovaných variant, naopak dostává prostor pro vlastní vyjádření (Sedláková 2014, 197).* Nevýhodou otevřených otázek je pak časová náročnost při sběru a zejména při analýze odpovědí (Trampota, Vojtěchovská 2010, 91).

Polostrukturovaný rozhovor staví především na připravených otázkách primárních. Velkou roli zde ale také hrají otázky sekundární, které klade tazatel jako reakci na předchozí odpověď. Mohou mít jak formu dotazu, tak například souhlasu či zájmu nebo parafrázi opakují obsah primární otázky. *Do značné míry má podobnou funkci často i mimika a gestikulace tazatele naznačující jeho zájem a vyzývající informanta k pokračování, například mlčenlivým pokyvováním hlavou (Sedláková 2014, 211).*

Musíme si však dát pozor, aby se otázky kladené tazatelem neshodovaly s výzkumnými otázkami, na které má empirický výzkum odpovídat. Odpovědi na tyto otázky výzkumník odpoví až po zpracování a analýze sesbíraných dat. (Sedláková 2014, 209)

Dalším krokem, který podnikneme v rámci výzkumu, je analýza dat. Sedláková analýzu popisuje jako postup třídění dat (v našem případě přeepsaných rozhovorů), který vede k jejich rozčleňování na dílčí úseky, jež slouží jako základ k následné interpretaci. Sedláková

dělí zpracování kvalitativních dat na dva kroky. Tím prvním je analýza a tím druhým je interpretace. *Badatel se v procesu interpretace snaží rekonstruovat a vysvětlit smysl dat, a to s ohledem na kontext jejich vzniku, případně osobnost informanta. Interpretace neznamená spekulovat či domýšlet si, co chtěl informant říci, ale nevyjádřil to dostatečně přesně (nebo vůbec)* (Sedláková 2014, 397).

K analýze a interpretaci dat poslouží přepsané rozhovory a budeme posuzovat, které výpovědi jsou pro náš výzkum relevantní a které potřebné nejsou.

3. PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 Týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM

Týdeník vznikl v roce 1999 sloučením dvou periodik, a to Dobrý den, Slovácko a Velkomoravský kurýr. Většinu redakce od počátku tvořili zaměstnanci týdeníku Dobrý den, Slovácko, proto když práce popisuje chod redakce v době vzniku, je to chápáno jako fungování redakce Dobrý den, Slovácko. V současnosti je šéfredaktorem týdeníku Pavel Paška. Redakci pak tvoří další čtyři redaktori. S redakcí dále spolupracuje řada externistů, kteří pomáhají redaktorům s tvorbou obsahu novin. Vydavatelem týdeníku je DOBRÝ DEN S KURÝREM, a.s.

Periodikum vychází pravidelně každé pondělí s výjimkou státních svátků. Pokud takový den připadá na pondělí, týdeník vychází až v úterý. Standardní rozsah jednoho vydání novin je třicet dva stran. Obsah týdeníku tvoří místní zpravodajství (čtyři strany), krimi (jedna strana), sportovní rubrika (osm až deset stran) a kulturní témata. Ta tvoří rubriky Kultura (šest stran) a Společnost (tři až osm stran). Zbylý prostor vyplňuje televizní program, čtení pro volné chvíle a inzerce. Nejvíce prostoru v novinách tvoří sportovní zpravodajství.

DOBRÝ DEN S KURÝREM se zabývá pouze tématy z regionu nebo tématy, které souvisí s obyvateli Moravského Slovácka. Na rozdíl od největší konkurence, kterou tvoří Slovácký deník. Ten patří do sítě novin společnosti VLTAVA LABE MEDIA a na svých stránkách čtenáře seznamuje i s celostátním děním. Přesto se slovácký týdeník těší u čtenářů velké popularitě. Současná čtenost týdeníku přesahuje 20 000 čtenářů. V době, kdy jsou tištěná média celorepublikově na ústupu, je zvláštní, že médium, které je pouze regionální a velkou část novin tvoří kulturní témata, má pořád relativně vysokou čtenost. Právě rubriky Kultura a Společnost zabírají v novinách více prostoru než u konkurence. Mnohé redakce dnes omezují kulturní rubriky. Týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM však stále považuje kulturní témata za důležitá a atraktivní pro své čtenáře.

3.2 Respondenti

Pavel Paška

Do týdeníku nastoupil na začátku devadesátých let minulého století, krátce po jeho založení. Nejprve pracoval jako dopisovatel, později začal pracovat jako kulturní redaktor.

Od roku 2010 stál v čele týdeníku jako vedoucí redaktor a o dva roky později byl jmenován šéfredaktorem. Pozici zastává dodnes.

Iva Pašková

Do týdeníku nastoupila před patnácti lety poté, co nějaký čas pomáhala jako dopisovatelka. Nastoupila na post kulturní redaktorky, který zastávala až do jmenování Pavla Pašky šéfredaktorem. Poté převzala kulturní oddělení jako jeho vedoucí. Na této pozici pracuje i dnes.

Radek Salaquarda

Redaktorem týdeníku se stal v roce 2004. Nastoupil sem jako sportovní redaktor. Se snižujícím se počtem redaktorů přibývalo i jemu více pracovních povinností. Stal se fotografem týdeníku. Dnes kromě pozice sportovního redaktora zastává i post redaktora rubriky Společnost.

Pavel Princ

Do týdeníku nastoupil na začátku devadesátých let minulého století. Nejprve pomáhal v redakci jako řidič a později začal s přispíváním do kulturní rubriky. Od roku 2007 pracoval jako stálý redaktor Společnosti. Odešel v roce 2013. V současnosti redakci vypomáhá s kulturními tématy. Zaměstnán je ale ve Slováckém muzeu v Uherském Hradišti.

3.3 Výběr témat

Procesem výběru a třídění procházejí všechny události, které připadají na víkend před vydáním aktuálního čísla týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM. Plánování a výběr témat je velmi důležité z hlediska limitovaného prostoru v novinách. Každý text v rubrice je také opatřen aktuálními fotografiemi z události, proto je nutné, aby se těchto událostí účastnili přímo redaktoři. „*Texty doprovázelo vždy několik fotografií, a tak jsem na události vždy jezdil osobně.*“ (Princ) Plánování musí probíhat s ohledem na limitované možnosti cestování redaktorů. Návštěvy událostí se proto plánují tak, aby redaktor mohl v krátkém časovém sledu navštívit co nejvíce událostí.

S výběrem témat se začíná už v polovině týdne. Redaktoři se scházejí na pravidelných poradách. „*Porady probíhají vždy ve středu dopoledne*“ (Salaquarda). Tento čas porad je v redakci zaveden už delší dobu a zůstává neměnný. Jelikož se jedná o týdeník, je polovina pracovního týdne ideální, protože již jsou jasná témata, která by se měla v novinách objevit, a zbývá také dostatek času na doplnění aktuálních témat. To se týká většiny rubrik. Plánování rubriky Společnost probíhá až těsně před víkendem. „*Tradiční středeční porada pouze nastíní*

důležité akce, na které nesmíme zapomenout. Na následném pátečním setkání šéfredaktor rozdělí redaktorům a externím spolupracovníkům akce, které navštíví, a společně se domluví na způsobu zpracování.“ (Paška) Toto strategické plánování Společnosti se ukazuje jako efektivní napříč časovou osou. Velmi podobný systém totiž fungoval už před deseti lety, při nástupu Pavla Prince na pozici kulturního redaktora. *„Porady probíhaly pravidelně ve středu dopoledne. Na poradě se rozhodila témata do zpravodajství a sportu a kultury. To zabralo podstatnou část porad. Společnost přicházela na řadu až naposled a někdy zůstávala otevřená. Témata do Společnosti se pak plánovala s ohledem na víkendový program.*“ (Princ) Středeční redakční porady tak byly a jsou pro Společnost důležité z hlediska připomenutí významných událostí, které jsou vhodné ke zpracování, a k určení, kolik prostoru v aktuálním čísle připadne na rubriku Společnost.

Koncem pracovního týdne už bývá jasno v tom, kolik která rubrika zabere místa. Pro kulturní redaktory je tedy jednodušší naplánovat události, o kterých bude rubrika Společnost v aktuálním čísle referovat. *„O čem budeme psát, se dozvídáme v pátek. Rozdělení událostí mezi redaktory má na starosti šéfredaktor.*“ (Salaquarda) Co se vývoje v čase týká, zůstává tento postup také téměř totožný s tím, který byl v redakci zavedený koncem minulého desetiletí. *„Většinou v pátek jsme už měli v redakci před sebou seznam událostí, které se odehrávaly o víkendu. Hlavní slovo při jejich vývěru měl šéfredaktor, který také rozděloval, který redaktor pojedě, na kterou událost.*“ (Princ) Neměnnost tohoto postupu je pochopitelná s ohledem na fakt, že zavedený den vydávání týdeníku je pondělí.

Do procesu výběru témat se zapojuje i vedoucí kulturního oddělení. Ta má na starosti především rubriku Kultura, a má tak velký přehled o dění v regionu. *„Vzhledem k tomu, že náš týdeník vychází v pondělí, čtenář má možnost přečíst si kulturní pozvánky na události během týdne, ke kterým se v následujícím čísle vážou fotoreportáže na stranách Společnosti.*“ (Pašková) Vedoucí kulturního oddělení se tedy také účastní středečních porad, pomáhá s nastíněním nejdůležitějších témat na víkend.

Závěr pracovního týdne pro většinu lidí znamená volný víkend. Proto se téměř veškeré společenské události konají v tomto čase. Právě na tyto události se zaměřují redaktori DOBRÉHO DNE S KURÝREM při tvorbě rubriky Společnost. *„Zpočátku se v rubrice objevovalo veškeré kulturní dění na Slovácku, dnes je rubrika rozdělena na tematické celky jako plesy, festivaly, hody, košty a vánoční koncerty a podobně.*“ (Paška)

Posun od kratších sdělení o kulturním dění po seriózně zpracované články, které doplňují fotografie, je největším rozdílem oproti minulosti. V době vzniku kladl týdeník důraz na sport. *„Bylo vidět, že týdeník vznikl primárně jako médium, informující o dění ve sportu.*“

(Princ) Kulturní témata začala být důležitější až s příchodem Pavla Pašky na post vedoucího redakce. „Na začátku se v týdeníku objevovala pouze rubrika Kukátko, kterou tvořily tři fotografie s krátkými popisky. Ten nicotný prostor se po mém nástupu na post vedoucího redakce rozšířil na „fotostranu“ a postupně se rozrůstal do současné podoby, tzn. dvacet centimetrů, pět nebo šest fotografií z každé akce a doplňující fotogalerie na webu. (Paška) Velkou část čtenářů však doposud vyhledává týdeník kvůli sportovnímu zpravodajství. To také do jisté míry definuje podřízenost kulturních témat tématům sportovním. „Podle inzerce a prostoru pro sport dostává dění na Slovácku od tří, pěti až po osm stránek.“ (Paška) S tímto faktorem souvisí také fakt, že redaktoři Společnosti mají méně práce v období, kdy je v plném proudu fotbalová sezóna. „Pořád platí, že přednost před kulturou má sport. Pokud je potřeba více stránek sportovním tématům, tak Společnost musí ustoupit. To je hlavně v období od srpna do prosince a pak od března do června, kdy se hrají fotbal.“ (Salaquarda) V tomto období musí redaktoři Společnosti zaplnit méně stran v novinách. Znamená to tak méně práce.

Menší prostor ale vede k tomu, že redaktoři musí pečlivěji vybírat, které události půjdou na strany rubriky. Redaktoři tak musí zvážit důležitost a rozsah událostí, které připadají na víkend před vydáním aktuálního čísla týdeníku. V tomto případě sehrává určitou roli i fakt, zda pořadatelé události mají zájem o mediální pozornost. „O víkendu totiž může probíhat několik akcí podobného charakteru, například košty, a v redakci se rozhodujeme i na základě toho, zda pořadatelé mají zájem na účasti médií.“ (Salaquarda) Roli tak hrají pozvánky, které přijdou elektronickou poštou redaktorům kulturní rubriky. Pozvánka signalizuje redaktorům vstřícnost pořadatelů události, a je tedy snazší se pro takovou událost rozhodnout. Absence pozvání však není důvodem pro automatické vyřazení události z procesu výběru témat do rubriky. V tomto procesu totiž hraje roli více faktorů. „Některé významné události samozřejmě navštěvujeme automaticky.“ (Salaquarda) Jedná se hlavně o události, které se konají s určitou pravidelností nebo svým významem přesahují hranice jedné obce. Mezi takové události patří zejména každoroční Jízda králů ve Vlčnově nebo Slovácké slavnosti vína a dny otevřených památek v Uherském Hradišti.

Redaktoři se také snaží, aby během celého roku informovali o všech obcích, které se nacházejí v oblasti Moravského Slovácka. Zastoupení obcí není rovnoměrné, ale redakce se snaží informovat o společenském dění v jednotlivých obcích alespoň jednou ročně. „V období fašanku zajíždějí naši redaktoři i do nejmenších a zapadlých dědinek, kde tato tradice žije a je mnohdy jedinou nebo jednou z mála akcí, které se tady konají.“ (Paška) Nejvíce jsou však zastoupena témata největších obcí, tedy Uherského Hradiště, Starého Města, Kunovic nebo Uherského Brodu. Právě to, zda se událost koná v některé z těchto obcí, sehrává roli při

výběru témat do rubriky Společnost. To také souvisí s dostupností obce. Do míst, která se nacházejí ve větší vzdálenosti od redakce, se redaktoři dostávají méně často. Součástí výběru témat je totiž také strategické naplánování cest redaktorů. *„Při výběru se také bere ohled na omezené množství vybavení jako jsou například fotoaparáty. Ty jsou v redakci pouze dva. Dochází často k předávání fotoaparátů během víkendu, a to má také vliv na výběr událostí, které navštívíme.“* (Salaquarda) Proto se při výběru témat klade důraz na to, aby redaktor při sběru informací absolvoval co nejkratší vzdálenosti, aby stihl řádně zpracovat více událostí.

V době, kdy pozici redaktora Společnosti zastával Pavel Princ, byla situace jednodušší. *„Měl jsem k dispozici vlastní fotoaparát, na který jsem byl zvyklý a uměl jsem s ním zacházet. Proto jsem mohl události fotit sám.“* (Princ) Při výběru témat se tak nemusel brát ohled na omezený počet vybavení. Redaktoři si nemuseli předávat fotoaparát a měli tedy více času na sběr a zpracování informací o události. Měli tedy i možnost dostat se na vzdálenější místa.

Tvorba novin začíná procesem výběru témat pro rubriku Společnost. Tento proces začíná vždy na středěni poradě a pokračuje vyladěním detailů na poradě páteční. Zde redaktoři rozhodují o tématech a událostech, kterým se Společnost bude věnovat. Rozhodující roli v tomto případě má zejména prostor, který rubrika dostane. Přednost mají totiž sportovní témata. Redaktoři také rozhodují na základě jiných faktorů, kterými jsou například velikost obce nebo význam události. Svou roli rovněž sehrává ochota organizátorů pozvat média na událost. Při výběru témat se zohledňuje i omezený počet vybavení redaktora a dostupnost jednotlivých obcí. Témata, která úspěšně prošla procesem výběru, jsou pak zařazena na stránky rubriky Společnost.

3.4 Výběr zdroje

V časovém presu se redaktoři týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM spoléhají na osvědčené rutiny výběru zdroje a sběru informací. Důležitou roli hrají v tomto ohledu zkušenosti a také znalost prostředí. Za organizací mnohých společenských akcí stojí buď přímo samotné obce, nebo organizace a spolky úzce spojené s kulturou. Pokud se redaktor na konkrétní společenské události objevuje pravidelně, bývá dobře obeznámen s prostředím a rychleji a efektivněji sbírá informace. *„Ze všeho nejdříve nasaji atmosféru dané události. Pak najdu pořadatele a získám od nich základní informace. Rovnou s nimi proberu, jestli se na akci objevila nějaká zajímavost. Pokud ano, tak se snažím o zajímavosti nebo zajímavém člověku zjistit co nejvíce informací.“* (Salaquarda) Nejrychlejší cestou, jak získat kvalitní

informace, je obrátit se na pořadatele. Redaktoři tak většinou činí už při vstupu na akci nebo krátce potom. Tento postup je univerzální a býval uplatňován i v minulosti. „*Na nějakou důkladnou přípravu nebylo příliš času, a tak jsem volil téměř vždy stejný postup. Přijel jsem na akci, vyhledal organizátory a požádal je o základní informace.*“ (Princ) Jednotliví redaktoři volí tento postup automaticky. S přibývajícím zkušenostmi se proces zrychluje, protože zkušený redaktor je obeznámen s tím, kde má pořadatele hledat, a přesně ví, koho má požádat o relevantní informace.

S organizátory událostí, jakožto hlavními zdroji informací, bývá někdy potíž. Zejména pokud je pořadatelů hned několik. „*Někdy se stává, že organizátoři mi nepodají přesné ani správné informace a pak se musím spolehnout na známé, které potkám na akci.*“ (Salaquarda) Redaktoři se snaží vždy vyhledat osoby a zdroje, které se v minulosti osvědčily. Je důležité, aby se mohli redaktoři na zdroj stoprocentně spolehnout, protože mnohdy je velmi složité informace ověřovat. V tomto ohledu se zavedené redakční postupy změnily. Před deseti lety bylo velmi náročné dohledat si informace. S rozvojem internetu a sociálních sítí mohou redaktoři alespoň částečně informace dohledávat a ověřovat. Obce a spolky totiž často aktualizují obsah svých webových stránek a ty bývají cenným zdrojem informací. „*Dnes mám práci jednodušší, protože spoustu informací si mohu vyhledat na internetu.*“ (Salaquarda) Redaktor se tak nemusí stoprocentně spoléhat pouze na jeden zdroj. To mu práci značně zjednodušuje.

Další možností, jak získané informace částečně ověřit, je nezávisle na sobě vyzpovídat více organizátorů. Jeden člověk totiž nemusí nutně znát všechna fakta. Tento proces také předpokládá rozsáhlou síť kontaktů, neboť redaktor z časových důvodů může informace od zbylých pořadatelů získat až zpětně, po telefonu či elektronickou poštou. „*Po návratu do redakce jsem pak organizátory obvolával a dodatečně od nich sbíral fakta.*“ (Princ) Tento způsob ověřování faktů byl redaktory používán už v minulosti a je tomu tak i v současné době. Platí, že čím zkušenější redaktor je, tím snadněji může informace ověřovat. Univerzálním vhodným zdrojem bývají tiskoví mluvčí. V rámci společenských událostí na Slovensku se však vyskytují jen minimálně.

V menších obcích se můžeme setkat s tím, že lidé se tam vzájemně znají a sdílejí informace. Proto ve výjimečných chvílích může jako zdroj informací sloužit někdo, koho redaktor zná a na koho se může spolehnout. „*To je neobvyklá situace. V takovém případě buď hledám někoho známého, nebo najdu starostu a požádám ho o pomoc při hledání pořadatelů. Nebo ho rovnou požádám o informace, které o události má.*“ (Salaquarda) Právě starostové obcí se často stávají neoficiálními mluvčími společenských událostí, pořádaných v jejich obci.

Daleko problematičtější situace nastává ve chvíli, kdy redaktor dorazí na událost poprvé. Vliv neznámého prostředí a časový tlak jsou pádné důvody pro spolehnutí se na zavedené rutiny. „*Vždycky jsme vyhledal organizátory události a získal od nich informace. To bylo důležité, protože jsem musel zjistit, zda neproběhly změny v očekávaném programu.*“ (Princ) V takových případech se redaktoři musí bezvýhradně spolehnout na pořadatele. Někdy mu práci může usnadnit rada zkušenějších kolegů. Z časových důvodů však redaktor musí spoléhat na slovo pořadatelů.¹

Rubrika Společnost je specifická pro region Slovácko. Texty, které referují o společenských událostech, tak obvykle neobsahují pouze základní informace, ale snaží se více pracovat se zajímavostmi. „*Texty vynikají srdečností, adresností a slováckým duchem.*“ (Paška) Tomu odpovídá také výběr zdroje informací. Redaktor vyhledává takové účastníky události, kteří mu o zajímavostech mohou referovat. Často to bývají lidé staršího věku, kteří si pamatují, jak společenské události probíhaly v minulosti, a mohou tedy poskytnout srovnání. Jindy to mohou být lidé, kteří se zasloužili zvláštním způsobem o rozvoj kultury, folkloru apod.² Redaktor musí být v tomto ohledu sám aktivní a zajímavé informace vyhledávat.

Doposud jsme hovořili o situacích, které nastaly, pokud redaktor navštívil událost osobně. Jedná se samozřejmě o většinu případů. Redaktoři totiž dávají přednost práci v terénu. „*Bez osobní návštěvy je těžké zachytit atmosféru události nebo na ní najít něco zajímavého.*“ (Salaquarda) Rozvoj techniky sice přinesl snadnější vyhledávání informací. Přesto se tato praxe v čase příliš nezměnila. „*Vytváření této rubriky od stolu příliš nešlo. Texty doprovázelo vždy několik fotografií, a tak jsem na události vždy jezdil osobně.*“ (Princ)

Redaktoři někdy šetří čas tím, že události sami neobjíždějí, ale pracují takzvané „od stolu.“ „*Pokud mám příliš nabitý program, tak musím samozřejmě obvolat organizátory a získat od nich základní informace. Z těch pak napíšu text. Podmínkou ale je, že se mi podaří získat od někoho fotografie z dané akce. Každý článek ve Společnosti totiž musí doprovázet fotky.*“ (Salaquarda) Tento postup pochopitelně vyžaduje dobrou síť kontaktů. Ne vždy se totiž dá sehnat telefonní číslo přímo na organizátory události. Redaktor tak musí využít své kontakty, aby toto telefonní číslo získal. Rostoucí počet mobilních telefonů způsobil, že redaktor skrze své kontakty daleko snadněji a rychleji číslo nebo jiný kontakt získá³.

¹ Redaktor má v jeden den na starosti obvykle více událostí v krátkém časovém sledu a jeho cílem je tedy na každé události šetřit čas.

² Do této kategorie zdrojů zajímavých informací spadají také hlavní aktéři jako například stárci na hodech nebo vítězové koštů. Redaktor pak sám musí rozhodnout, zda rozhovor s nimi poskytl zajímavé a spolehlivé informace.

³ To je rozdíl oproti minulosti, kdy ještě mobilní telefony nebyly příliš rozšířeny, a ne vždy se kontakt na důležitou osobu dal sehnat.

Práce „od stolu“ sice redaktorům šetří čas, zároveň ale působí problémy při shánění fotografií. Částečně tento problém redakci DOBRÝ DEN S KURÝREM pomáhají řešit takzvaní dopisovatelé. „V jednom nebo dvou redaktorech nejde mapovat především víkendové dění, když třeba jako o plesové sezóně většina akcí začíná v jeden den a stejný čas. V několika obcích máme věrné čtenáře a pomocníky, kteří jsou ochotni vytvořit pro naše periodiku reportáž, a dostat tak dění ve své obci do našeho týdeníku. Mnohé informace od nich jsou také základem pro zpravodajské reportáže.“ (Paška) Právě tito věrní čtenáři jsou velmi často zdrojem informací a fotografií ze společenských událostí. Redaktoři se na ně mohou spolehnout. Platí, že redaktor dává takovému spolupracovníkovi vědět dopředu, že by od něj potřeboval informace nebo fotografie. Ve výjimečných případech volají redaktoři těmto zdrojům až po konání akce a poptávají případné informace a fotografie. Síť těchto „dopisovatelů“ je relativně hustá, ale snižující se počty redaktorů způsobují, že se současná redakce snaží počet „dopisovatelů“ zvýšit.⁴

Před deseti lety však byla situace podobná. Jednalo se o dobu, kdy kulturní témata a rubrika Společnost dostávaly více prostoru. Tehdejší redaktoři rubriky Společnost se také v mnohých případech spoléhaly na „dopisovatele“. „Texty doprovázelo vždy několik fotografií, a tak jsem na události vždy jezdil osobně. Někdy však byl program tak nabitý, že jsem musel zvolit druhou variantu. V tomto případě jsem spoléhal na čtenáře, se kterými jsem byl v kontaktu a kteří byli ochotni mi poskytnout fotografie a nějaké informace o události. Text jsem pak sestavil v redakci a připojil získané fotografie.“ (Princ) Od příchodu Pavla Prince do redakce se síť dopisovatelů rozvíjí a současné osazenstvo redakce kontakty udržuje a snaží se o rozšíření této sítě. „V každé obci chceme mít člověka, který nám poskytne důležité informace, popřípadě fotografie, pokud se nebude moci dostavit přímo redaktor.“ (Paška)

Redaktoři týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM při vytváření rubriky Společnost upřednostňují práci v terénu. Ta je pro ně důležitá z hlediska navazování kontaktů a vytvoření si přesného obrázku o průběhu dané společenské události. Z důvodu časového tlaku volí téměř vždy totožný postup. V něm hrají hlavní roli organizátoři události, kteří se stávají hlavním zdrojem informací. Někdy je však problematické spolehnout se pouze na výpověď jednoho člověka, proto se redaktoři snaží informace ověřovat. V tomto ohledu mají výhodu současní redaktoři, kteří informace mohou snadno vyhledat pomocí internetu. Na vlastní zdroje se redaktoři neobrací jako na primární zdroje, nechávají si je v záloze pro případ,

⁴ Méně redaktorů pokrývá stále stejný prostor v novinách a z časových důvodů často žádají o pomoc „dopisovatele“.

že by jako zdroje informací selhali organizátoři. Redaktoři se také na místě zaměřují na zjišťování neobvyklých a zajímavých informací. Úskalím tohoto procesu je téměř nulová šance informace ověřit. Mnohdy nepomáhá ani moderní technika, tedy internet. Pokud jsou redaktoři nuceni pracovat z redakce, snaží se do práce zapojit takzvané „dopisovatele“, tedy věrné čtenáře, kteří poskytnou redaktorům informace a fotografie z dané společenské události. Redakce se snaží síť těchto dopisovatelů rozšířit, aby tak ulevili tlaku, který je vyvíjen na redaktory Společnosti.

3.5 Organizace práce v redakci

K zavedeným rutinám ve slováckém týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝEM patří rozdělení a organizace práce. K základnímu rozdělování práce slouží pravidelné středeční porady. Na nich se nastíní důležitá témata. Porad se účastní za rubriku Společnost stálý redaktor, vedoucí kulturní redakce a šéfredaktor, který má za Společnost přímou odpovědnost. Středeční porada však slouží k upřesnění hlavních témat. Konkrétní podoba Společnosti vzniká až na páteční poradě určené redaktorům rubriky. „*Na následném pátečním setkání šéfredaktor rozdělí redaktorům a externím spolupracovníkům akce, které navštíví, a společně se domluví způsobu zpracování.*“ (Paška) Teprve tedy probíhá rozdělení práce. Porada probíhá většinou přímo v redakci. Šéfredaktor předkládá redaktorovi návrh na víkendový program a ten předložený návrh doplňuje o své poznámky. Tento zavedený postup slouží ke snadnějšímu plánování víkendových aktivit redaktorů Společnosti.

V této chvíli narážíme na problematiku rozdělení kompetencí v redakci. Jak už bylo řečeno, hlavní slovo má šéfredaktor⁵. Ten má hlavní slovo při výběru témat i při zadávání způsobu zpracování těchto témat. Role šéfredaktora je v tomto ohledu nezastupitelná. On připravuje podklady na porady a promýšlí strategie plánování víkendových aktivit redaktorů.

Společnost pak tvoří několik redaktorů a externistů. Jejich počet je vyšší než před patnácti lety, kdy kultura v týdeníku nezabírala příliš mnoho prostoru. „*Dříve byl prostor pro rubriku tak malý, že ho zvládli zaplnit redaktoři pracující v kulturním oddělení. Vzhledem ke stálým úsporám v redakci zůstal na kulturním oddělení jen jeden redaktor, který je díky velkému prostoru Společnosti v týdeníku doplněn o jednoho stálého redaktora a několik občasných externistů.*“ (Paška) Stálý redaktor má nejvíce práce o víkendu, kdy se koná

⁵ Šéfredaktor nese zodpovědnost nejen za rubriku Společnost, ale také za celé vydání novin. Zpravodajství, Sport i Kultura mají redaktory a editora zodpovědné za jednotlivé rubriky. Za celek novin však odpovídá šéfredaktor.

největší počet společenských událostí. V pátek na poradě Společnosti si stálý redaktor a šéfredaktor stanoví víkendový plán. Toto se děje přímo v redakci.

Elektronická verze víkendového rozpisu pak putuje k externistům. Jejich počet se často mění. Většinou se jedná buď o začínající novináře, nebo přímo studenty žurnalistiky. Patří sem ale také lidé se zájmem o kulturu a společenské dění. Protože to nejsou stálí redaktoři, a nemají tak přístup k vybavení jako je například firemní automobil, mají na starosti menší okruh obcí v dosahu svého bydliště. Tito externisté mnohdy ani nenavštěvují přímo redakci. Účastní se jen porad, které slouží k přípravě na velké události, které pokrývá více redaktorů.⁶ Redakce s externisty komunikuje většinou elektronickou poštou. „*Každý pátek ráno proběhne víkendová porada, kde vzniká reportážní plán, jenž je rozdělen mezi jednotlivé redaktory a externisty.*“ (Paška)

Stálý redaktor pak ještě konzultuje plán s externisty, kteří k němu mohou mít své připomínky. Když je finální plán doladěný, schválí ho šéfredaktor a redaktoři a externisti začínají jednat podle něj. Nejvíce práce připadá na stálého redaktora a šéfredaktora, který mu s tvorbou Společnosti pomáhá. Do sestavení víkendového plánu se někdy zapojuje i vedoucí kulturního oddělení. „*V pátek pak s šéfredaktorem řeším, které události by bylo dobré podchytit, a domlouváme se konkrétně, kdo na jaké akci bude pracovat.*“ (Pašková) Před deseti lety byl popsán postup téměř totožný. I v tomto případě vznikal plán na víkend přímo v redakci. Šéfredaktor svůj návrh víkendu předal redaktorovi, který jej zhodnotil. Po schválení plánu rozeslal Pavel Princ nebo šéfredaktor Pavel Paška plán externistům.

V minulosti i v současnosti však fungoval i jiný postup. Plán navrhoval pouze šéfredaktor a konzultoval jej po telefonu se stálým redaktorem. „*Většinou komunikujeme osobně v redakci, ale pokud jsem v terénu, tak si voláme nebo píšeme sms.*“ (Salaquarda) Redaktor má někdy tolik práce, že se nemůže sám účastnit pátečních porad a víkendový plán konzultuje po telefonu. To je trochu rozdíl od doby, kdy post stálého redaktora pro Společnost zastával Pavel Princ. Na starosti měl pouze společenské dění v regionu, a tak situace, kdy se osobně nemohl účastnit porad, nebyla tak častá. Současný redaktor Radek Salaquarda pracuje také na rubrice Sport a má páteční výjezdy častější než jeho předchůdce. Radek Salaquarda tak musí více spoléhat na plánování šéfredaktora Pavla Pašky.

Jednotliví redaktoři a externisté pak pracují dle rozpisu v pátek a následně v sobotu, výjimečně i v neděli ráno. Při větším množství práce se do procesu tvorby společnosti zapojuje i vedoucí kulturního oddělení. „*Nejdůležitější události, na kterých nám redakčně*

⁶ Mezi takové události patří například každoroční Slavnosti vína a dny otevřených památek v Uherském Hradišti.

záleží, zpracovávám já a šéfredaktor. Zbytek se rozděluje mezi redaktora, externisty a případné dopisovatele.“ (Pašková)

Stálý redaktor a šéfredaktor pak přichází v neděli ráno do redakce a zpracovávají získaný a příchozí materiál. *„Výsledné reportáže se scházejí každou neděli u vedoucího společenské rubriky, který „našpígluje“ určené stránky. Nejprve se naskládají tematické přílohy⁷, poté následují další víkendové akce.“ (Paška)*

Redaktor kontroluje práci externistů, kteří v průběhu nedělního dopoledne posílají do redakce své texty a fotografie. Redaktor pak rozdělí texty a fotografie na určené strany a připravený „špígl“ předává grafikům ke zpracování. *„Všechny texty ve Společnosti rozdělím na strany, které jsou určena pro Společnost. Nakreslím pak „špígl“ pro grafiky a oni už texty graficky zpracují.“ (Salaquarda)* Totožný postup volil i Pavel Princ před deseti lety. Rozdíl však spočíval v tom, že on si zpracování grafiků ještě sám kontroloval. Měl na to dostatek času a případné nedostatky mohl sám opravit. *„Většinou jsem ještě zpracoval a opravoval texty externistů. Pak jsem nakreslil grafikům, na kterou stranu a kam chci texty umístit. Po nich jsem ještě práci zkontroloval, ale poslední kontrolu prováděl šéfredaktor.“ (Princ)* Radek Salaquarda má v současné době ještě práci se sportem, a tak kontrolu po graficích dělá už přímo šéfredaktor.

Ještě, než se texty dostanou ke grafikům, uloží je redaktoři do redakčního systému, ve kterém provede kontrolu korektorka. Ta ještě jednou čte texty po vytištění všech stran novin před odesláním do tiskárny.

Připravené texty a fotografie zpracují grafici. Po nich je na řadě kontrola šéfredaktorem. *„Za texty ve Společnosti zodpovídá přímo šéfredaktor a ten také provádí závěrečnou kontrolu stran Společnosti. Pokud se vyskytne problém u textu, který psal některý z redaktorů, tak s ním ještě šéfredaktor konzultuje případné změny.“ (Salaquarda)* Stejný postup probíhal i před deseti lety, kdy byl stálým redaktorem Společnosti Pavel Princ. Tehdy také nesl odpovědnost za Společnost šéfredaktor. *„Ten odpovídal za Společnost a kontroloval stránky před tím, než byly odeslány do tisku. Strany vždy kontroloval po graficích. (...) Po kontrole šéfredaktorem už byly noviny rovnou odeslány k tisku.“ (Princ)* Role šéfredaktora je v tomto procesu nenahraditelná. Musí být ve střehu a kontrolovat pečlivě každý řádek přichystané strany. *„Nejenže prochází „obtahy“ (vytisknuté strany), ale před odchodem stran do tiskárny je posledním, kdo hlídá kvalitu práce redaktorů, a zároveň je druhým, hned po korektorce, čtenářem nového vydání.“ (Paška)*

⁷ Ty se tvoří při větším počtu stejných událostí jako jsou plesy, košty nebo hody.

Kontrola šéfredaktorem probíhá vždy s dostatečným předstihem před uzávěrkou. Tato časová rezerva je využívána pro případnou opravu chyb, kterých se dopustí grafici, redaktor nebo korektorka. „*Jakmile se prostor pro Společnost zvětšoval, byla potřeba posunout co nejvíce uzávěrky. Kvůli času i aktuálnosti. Současná uzávěrka pro Společnost, která se nachází v druhém sešitu novin, je v devět hodin večer.*“⁸ (Paška) Po závěrečné kontrole dává šéfredaktor pokyn grafikům, aby strany odeslali do tiskárny.

Chod redakce má svůj zavedený řád. Pátečních porad se účastní stálý redaktor Společnosti a šéfredaktor. Společně vytvořený plán na víkend pak odesílají externistům. Na konkrétní podobně plánu se oba dohodnou osobně v redakci nebo telefonem. Dnes je tato varianta využívána více, neboť Radek Salaquarda se někdy nachází v terénu a pracuje na rubrice Sport. Texty se zpracovávají v neděli dopoledne v redakci. Redaktor zkontroluje texty kolegů a připravuje strany pro grafiky. Ti vytvořené strany předávají šéfredaktorovi a ten provádí závěrečnou kontrolu stran. Grafici pak schválené strany odesílají do tiskárny, a to vše před uzávěrkou, která je v devět hodin večer.

3.6 Zpracování textů

Specifikem rubriky Společnost je rozdílná výstavba textů ve srovnání s texty ze Zpravodajství nebo Kultury. Právě kulturní rubrika má spíše zpravodajský charakter a poutá události, o kterých posléze referuje Společnost. „*Na kultuře se píše „květnatějším“ zprávařským jazykem tak, aby bylo čtení kulturních stránek pro čtenáře přínosem. Bud' aby je pozvánka na akci nalákala, nebo když se nemohou dostavit, aby si dokázali představit, jak bude představení, koncert či premiéra folklorního souboru vypadat.*“ (Pašková) Kulturní texty se tvoří většinou po telefonu nebo přes email. Redaktoři Společnosti vyrážejí do terénu a jsou přímo v kontaktu s lidmi na události. Proto i texty, které tvoří, se zaměřují spíše na atmosféru dané společenské události a jsou adresné. Referují o lidech z regionu.

Postup zpracování akce je redaktorům někdy zadán už na páteční poradě Společnosti. Šéfredaktor navrhne, jakým způsobem by se text dal pojmout a kolik prostoru mu bude vyhrazen. Redaktor přidá své připomínky a vzniká předběžná dohoda. Takový postup volí redakce především při zpracování předem očekávaných rozsáhlých společenských událostí.⁹ „*Někdy jsme se s šéfredaktorem dopředu dohodli na formě zpracování akce. Například jsme*

⁸ Uzávěrka prvního sešitu, kde se nachází Zpravodajství a Kultura je v šest hodin večer.

⁹ Příkladem takových událostí je Jízda králů ve Vlčnově nebo Slavnosti vína a dny otevřených památek v Uherském Hradišti.

se shodli, že z dané akce pořídím klasickou reportáž s obecnými informacemi a pak k tomu přidám storku s někým zajímavým.“ (Princ) Tento postup se začal v redakci uplatňovat s přibývajícím místem pro Společnost. I dnes se redaktoři někdy dopředu dohodnou na způsobu zpracování události. Je to ale spíše výjimečně.

Redaktor si způsob zpracování volí spíše sám s ohledem na charakter události. Zde hraje roli především to, zda se událost koná poprvé nebo se jedná o pravidelně se opakující akci. V prvním případě klade redaktor důraz na zachycení obecných informací a text může mít charakter až zpravodajský. *„Článek tak někdy tvoří obecný text, který shrnuje základní informace o události, a druhou částí je pak povídání o nějaké zajímavé osobě nebo neobvyklé situaci.*“ (Salaquarda) Text popisuje čtenáři průběh události i okolnosti jejího vzniku. Citování jsou hlavně pořadatelé. Redaktor se tak snaží seznámit čtenáře s touto novou událostí.

Pokud se však událost opakuje, postupuje redaktor odlišně. Text se obecným informacím vyhýbá a zaměřuje se hlavně na neobvyklé a zajímavé situace. *„Podstatné je, kolik mám na text místa v novinách a jestli se mi podaří najít nějakou zajímavost.*“ (Salaquarda) Redaktor se snaží text pojmout jako povídání o někom zajímavém nebo popisuje neobvyklou situaci. Text tak někdy obsahuje jen kratší zmínku o průběhu celé události. Takto jednají redaktoři, aby se informace každý rok neopakovaly a text byl pro čtenáře zajímavý. *„Náš týdeník nepatří do žádné ze škatulek, které jsou vytvářeny pro budoucí novináře. Stále u nás vyhrává síla regionální informace v podání, které je lidem na Slovácku blízké.*“ (Pašková)

Většina textů ve Společnosti vzniká přímo v redakci, a to v den uzávěrky, tedy v neděli. Dopoledne se redaktor Společnosti dozvídá, kolik prostoru má pro který text. Tomu může uzpůsobit i zpracování samotného textu. *„Podle atraktivity i samotný prostor a žánr pro zpracování. Důležité akce, jako výročí souboru nebo volba krále¹⁰, se mohou rozšířit až do stránkového zpracování.*“ (Paška) Redaktor si tak rozmyslí, jaký žánr pro svůj text zvolí a jaký bude mít rozsah.¹¹ Zda se bude jednat o „stroku“ se zajímavou postavou nebo to bude běžný popis události. Popřípadě může redaktor zvolit kombinaci obojího.

Tento postup byl platný i před deseti lety, kdy se ustálil prostor pro Společnost a redaktor mohl s tímto prostorem počítat. Žánr si Pavel Princ volil také podle charakteru události. Ještě dříve, kdy byly kulturní texty upozadřovány, užívalo se pouze jednoduché

¹⁰ Volba krále předchází vždy Jízdám králů, které se konají ve Vlčnově, Hluku a v Kunovicích.

¹¹ Nejčastěji volí redaktor rozsah 15 - 20 centimetrů a přidá čtyři fotografie. Dohromady to tvoří třetinu novinové strany.

zpracování Společnosti¹². „*Dříve se Společnost postupně vyvíjela z malého Kukátka a jedné fotostrany s pouhými popisky.*“ (Pašková) Ve výjimečných situacích se ve Společnosti i dnes objevují fotografie s popisky. V současnosti se však nemusí redaktoři omezovat kvůli nedostatku místa pro rubriku, a tak se fotky s popisky neobjevují příliš často.

Specifický je i jazyk, který tvoří texty ve Společnosti. Je přizpůsobován čtenářům a charakteru regionu, ve kterém týdeník vychází. Lidé žijí často na vesnicích a hodně využívají nářečí a zastaralé výrazy. Týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM se zaměřuje přesně na takový typ čtenářů a tomu odpovídá i jazyk užívaný v textech Společnosti. „*Text jsem sestavoval tak, aby byl živý a vtipný. Aby lidi pobavil a zároveň informoval. Nevyhýbal jsem se ani nářečí a slangu. Lidé takové texty v regionálních novinách očekávají.*“ (Princ) Před deseti lety byla situace stejná jako nyní. I v současnosti totiž redaktoři využívají v textech nářečí, nadsázku a jednodušší jazyk. „*Články by měly být živé a měly by také čtenáře zaujmout. Proto není zadaná žádná norma, jak texty psát. Takové texty ale mohou například obsahovat nářečí nebo výrazy, které nepatří do zpravodajství. To je pro Společnost charakteristické.*“ (Salaquarda)

Právě rubrika Společnost se více než kterákoliv jiná rubrika snaží přiblížit lidem, kteří týdeník čtou. „*Texty vynikají srdečností, adresností a slováckým duchem.*“ (Paška)

Důraz se ve Společnosti klade také na kreativní titulek. Titulky se tvoří kratší, většinou do pěti slov. Důležitou roli tady také hrají podtitulky. Pokud je stránka rozdělena na třetiny a každou třetinu zabírá jeden článek, obsahují podtitulky první a poslední článek. Text uprostřed mít podtitulek nemusí. Podtitulky bývají delší než titulky a více rozvíjí obsah titulku.

Redaktor zadá hotový text do redakčního systému. Zde přidá ilustrační fotografii a zadá text na korekturu. „*Vzhledem k hektické době musí každý text projít kontrolou korektorky. Zpracovaný text je uložen do redakčního systému, kde korektorka provede jazykovou korekturu.*“ (Paška) Text se následně vrací redaktorovi, který shromažďuje všechny texty a rozděluje na patřičné strany. Ještě před rozdělením texty po sobě a po korektorce zkontroluje. Pak už zadává strany ke zpracování grafikům. Ke korektorce se texty dostávají ještě před odesláním do tiskárny. To je poslední jazyková kontrola. Po schválení šéfredaktorem putují noviny do tiskárny.

Texty ve Společnosti se za uplynulých deset let příliš nezměnily. Redaktoři v minulosti i v současnosti rozhodovali o žánru a rozsahu textu na základě charakteru

¹² Více v kapitole Výběr témat.

události, kterou zpracovávali. Větší prostor pro Společnost zajistil standardní rozsah článků, které často tvoří vždy třetinu strany. Také jazyk textů se nezměnil. Jednoduchý text je určený čtenářům z menších vesnic na Slovácku. Charakter regionu tady v plném rozsahu ovlivňuje náplň novin. Většina článků obsahuje titulky a podtitulky. Texty jsou tak živější a zajímavější. Před odesláním do tiskárny procházejí všechny texty ve Společnosti jazykovou korekturou.

3.7 Multimedializace obsahu

Více než kdy dříve je dnes kladen důraz na multimedializaci mediálních obsahů. Týká se to i regionálních médií. Čtenářů klasických papírových novin ubývá, ale o informace z médií je zájem pořád. Proto i týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM využívá moderní cesty zveřejňování svého obsahu. *„Ještě před deseti lety se články a fotografie graficky „zalomily“ na stránky a korektorka opravovala jen obtahy. Dnes redaktoři ukládají texty do online redakčního webového systému. Editor a v případě Společnosti šéfredaktor často vyladuje titulky vhodně pro aktuální vydání.“* (Paška) Používání online redakčního systému je prvním krokem multimedializace obsahu. Text opravený v redakčním systému je opatřen fotografií a je připraven ke zveřejnění na webové stránky týdeníku.¹³ Zřízení těchto stránek bylo nezbytným krokem k udržení přízně čtenářů.

Počátky zveřejňování online obsahu byly technicky mnohem složitější, než je tomu dnes. *„Praxe bývala taková, že jednou za týden přišel do redakce odborník na počítače a nahrál si všechna potřebná data a pak je zveřejnil na webu.“* (Princ) Před deseti lety tak sami redaktoři s webovými stránkami týdeníku nepracovali. Postupem času začala redakce využívat online redakční systém, a to otevřelo cestu k zveřejňování obsahu na internetu přímo redaktory. Zveřejnit napsaný text s fotografií na webu je otázka několika sekund. Prakticky to funguje tak, že redaktor Společnosti nastaví každému článku den a hodinu zveřejnění tak, aby texty vycházely v průběhu celého týdne.¹⁴

Podoba textů na webových stránkách bývá zpravidla stejná jako v tištěných novinách. *„Články nechávám ve stejném znění jako v novinách. Na web pouze vyberu jednu fotografii, která text doplní. Text nijak neupravuji.“* (Salaquarda) S příchodem internetu si redaktoři zvykli na to, že text není na web třeba příliš upravovat. *„Postupem času jsme začali na web zveřejňovat i kulturní témata, ale úpravy v textech byly minimální. Někdy jsme například museli zkracovat texty do novin, ale na web jsme pak dali text v plném znění.“* (Princ)

¹³ www.idobryden.cz

¹⁴ Průměrně bývají zveřejněny dva články denně.

I v současnosti využívají redaktoři tuto praxi. Noviny mají omezený rozsah, a to mnohdy limituje i rozsahy textů. V některých případech tak článek v novinách je zkrácen a plnou podobu najdou čtenáři na webových stránkách. *„To nejlepší, co redaktor napíše, uloží do redakčního systému. Do novin se někdy dostane jen část nebo se z několika článků poskládá tematická mozaika. Poté, co články vyjdou v novinách, jsou mrtvé, kdežto s texty na webu lze ještě pracovat, dopracovávat je, aktualizovat.“* (Paška)

Výhodou zveřejňování článku na internetu je i možnost prezentovat větší množství fotografií než v novinách. Do novin se vejde pět až šest fotek k jednomu článku. Redaktor však na události pořídí mnohem více fotografií. Redakce proto dnes využívá fotogalerie na webových stránkách. Všechny fotografie ve fotogaleriích jsou opatřeny logem týdeníku.

Obsah webových stránek týdeníku zatím není zpoplatněn. Čtenáři si mohou bezplatně zobrazit veškerý obsah rubriky Společnost. V současnosti redakce ani o možnost zpoplatnit články na webu neuvažuje.

Další možností, jak si čtenář obsah rubriky Společnost může zobrazit, je pomocí mobilní aplikace. Tato aplikace nabízí vždy ráno v den vydání aktuálního čísla všechny texty, které vycházejí v novinách. *„Čtenáři si mohou do svých smartphonů stáhnout naši aplikaci iDobryDen a skrze ni si mohou přečíst články v novinách. Vše je zdarma a články jsou dostupné hned v pondělí ráno.“* (Paška) Redaktoři však přímo s aplikací nepracují. Texty článků s fotografiemi se překlápí do aplikace automaticky u online redakčního systému. Aplikace je v současnosti dostupná na operačních systémech Android a IOS.

Největší posun v mediálních rutinách kulturních redaktorů v týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM nastal s rozšířením sociálních sítí. Redakce zareagovala na tento trend zřízením facebookové stránky. Tu redaktoři využívají k větší propagaci svých článků. Tento krok však redakce podnikla teprve nedávno. Před deseti lety redaktoři neměli možnost sociální sítě pracovně využívat. *„Trend sociálních sítí se začal rozvíjet až v době, kdy už jsem redakci opouštěl. Já jsem se sociálními sítěmi ještě nepracoval.“* (Princ)

S rostoucím počtem uživatelů sociálních sítí a zejména Facebooku rostla v redakci potřeba neztratit krok s moderní dobou. Zároveň v tomto období začal klesat počet čtenářů klasických papírových novin. V redakci tak vzrostla potřeba zvýšit čtenost již fungujících webových stránek a také nalákat potencionální čtenáře na koupi papírových novin. Jako první tak začali redaktoři z iniciativy šéfredaktora užívat facebookovou stránku. *„Se zrychlováním života a přísunem informací se rozbujely sociální sítě. Pokud chce i malý regionální týdeník jít s dobou a neznamenat, musí naskočit na tuto vlnu. Dnes je téměř tradicí, že každý článek, který se objevuje na redakčním webu, je potřeba „prolinkovat“ a lidem tak naservírovat přes*

sociální síť, protože je to jediná možnost, jak zaujmout a dát informace doslova až pod nos.“ (Paška)

Ze začátku nebylo potřeba naučit všechny redaktory zacházet se sociálními sítěmi. Šéfredaktor nebo editor zveřejňovali na stránce odkazy na články na webových stránkách. V případě Společnosti se začalo s upoutávkami na obsah papírových novin. Šéfredaktor v neděli večer provedl výběr z fotografií, které redaktoři pořídili během víkendových společenských událostí, a umístil je na facebookovou stránku s popiskem, který upozorňoval, že více fotografií a reportáže z prezentovaných událostí najdou čtenáři v pondělním vydání novin. Tento postup trvá dodnes.

Časem se se sociálními sítěmi naučili pracovat i ostatní redaktoři. *„Tak jak kdysi museli redaktoři přejít z psacích strojů na počítače, jak se museli naučit využívat redakční systém nebo se naučit fotit. Je to trend doby. Umět napsat kvalitní nebo exkluzivní článek už nestačí, redaktor ho musí umět prodat, jinak je jeho snaha téměř marná. Je tady konkurence, která si redaktorovo téma vezme a prodá ho. Díky tomu vznikl doslova boj o exkluzivní informaci.“* (Paška) Samotní redaktoři dnes zveřejňují na facebookové stránce odkazy na vlastní články. *„To je trend posledních dvou až tří let. Každý redaktor podle svého uvážení zveřejňuje na Facebooku odkazy na články na webu nebo na fotogalerie.“* (Salaquarda)

Doposud se však jednalo o zacházení se sociálními sítěmi z pohodlí redakce. S postupem času však redaktoři Společnosti začali využívat sociální síť i v terénu. Redaktor, který přijede na společenskou událost, má za úkol udělat na akci dobrou fotografii, kterou ihned umístí na facebookovou stránku týdeníku s popiskem, který čtenářům připomene, že o zmíněné události se více dočtou v pondělním vydání DOBRÉHO DNE. Redaktorům Společnosti tak v posledních dvou letech přibyla starost s propagací společenských událostí přímo na místě.

Kromě Facebooku začala redakce podobným způsobem využívat i další sociální síť, tedy Instagram. Tato sociální síť je mezi mladšími generacemi velmi oblíbená, a tak ji aktivně využívají i redaktoři DOBRÉHO DNE. *„Asi rok také funguje instagramový profil týdeníku. Na něj dávají redaktoři Společnosti fotografie z událostí a odkazují na více informací v tištěné verzi DOBRÉHO DNE.“* (Salaquarda) Tento způsob propagace má také zefektivnit prodej tištěných novin, popřípadě zvýšit čtenost článků na webu. Instagramový profil týdeníku využívají redaktoři i externisté. *„K Instagramu mají přístup všichni redaktoři Společnosti, a dokonce také externisté, kteří profil také využívají. V redakci není zaměstnanec, který by se přímo specializoval na sociální síť. Vše obstarávají sami redaktoři. Někdy to komplikuje a přidělová práci, ale v současné době je tento postup nutný.“* (Salaquarda)

Sociální sítě mohou také sloužit ke komunikaci mezi redaktory a čtenáři. Komentáře u příspěvků nebo zprávy přímo v chatu dávají redaktorům zpětnou vazbu na jejich práci. Také zde mohou čtenáři položit otázky, které redakce následně zodpoví. V minulosti redaktoři nemohli komunikovat se čtenáři přes sociální sítě. Před deseti lety používali email, telefon nebo osobní kontakt. Se zavedením sociální sítě jako pracovního nástroje je možnost komunikovat i tímto kanálem.

Dnešní možnosti jsou v oblasti multimedializace obsahu mnohem jednodušší než v minulosti. Před deseti lety pracovali redaktoři bez přímého vlivu na obsah webových stránek. Ty obstarával odborník, který jednou za týden nahrál sesbírané texty na web. S příchodem online redakčního systému mohli a dnes stále mohou sami redaktoři publikovat své články okamžitě. Obsah webových stránek je neplacený. Velkou změnou oproti minulosti je také používání sociálních sítí. Nejprve se redakce zaměřila na propagaci obsahu svého webu na Facebooku. Dnes už mají redaktoři přímo za úkol informovat čtenáře přímo z místa události na reportáž, která vyjde v dalším čísle novin. Stejným způsobem používají redaktoři i externisté sociální síť Instagram.

ZÁVĚR

Práce si kladla za cíl objasnit pracovní postupy, které používají redaktoři týdeníku k tvorbě rubriky Společnost. Pomocí rozhovorů s členy redakce a následným zpracováním jejich odpovědí se podařilo tohoto cíle dosáhnout. Podařilo se také zodpovědět hlavní výzkumnou otázku, a to jak se změnilы postupy tvorby rubriky Společnost za posledních deset let.

Práce ukazuje, že v mediálních rutinách a pracovních postupech kulturních redaktorů DOBRÉHO DNE S KURÝREM došlo za posledních deset let k poměrně výrazným změnám. Ty největší se odehrály v souvislosti s příchodem nových médií. Redaktoři dnes musí zvládat práci, kterou zaměstnanci před deseti lety téměř neznali. Současní redaktoři sami vkládají své články na webové stránky týdeníku. V tom jim hodně pomáhá online redakční systém. Ale i tak se redaktoři museli ze začátku naučit pracovat s tímto novým médiem. Tato práce navíc je však stojí více času a ten pak může chybět při tvorbě dalšího obsahu novin.

Razantní proměna pak přišla s masovým rozšířením sociálních sítí. Malá redakce si nemůže dovolit zaměstnat specialistu na tuto problematiku, a tak zodpovědnost za provoz a správu sociálních sítí v redakci mají sami redaktoři. Kromě spravování facebookové stránky a instagramového profilu z redakce musí kulturní redaktoři s těmito médii pracovat i v terénu. To představuje jistou technickou zátěž a také časovou náročnost. Obojí dostává redaktory pod tlak, kterému se v současnosti musí přizpůsobovat. Hlavním důvodem pro zavedení nových médií u regionálního periodika je nutnost přizpůsobit se mladším generacím, které čerpají informace právě skrze tyto platformy.

Největší změny v mediálních rutinách kulturních redaktorů, kteří se podílejí na tvorbě rubriky Společnost, probíhají pod vlivem zavádění práce s online médii. Redaktoři na tyto změny reagují snahou naučit se s těmito médii pracovat na takové úrovni, aby mohli oslovit více mladších čtenářů. Tato praxe zřejmě funguje, protože na rozdíl od jiných médií neomezuje týdeník DOBRÝ DEN S KURÝREM kulturní témata. Ta naopak dostávají dostatek prostoru po celý rok.

Další velkou změnou, která měla vliv na mediální rutiny kulturních redaktorů, bylo rozšíření prostoru pro kulturní témata. To nastalo s příchodem Pavla Pašky na post šéfredaktora. Do té doby mělo hlavní slovo sportovní zpravodajství. Více prostoru pro Kulturu a Společnost znamenalo navýšení práce pro kulturní redaktory.

Ve většině dalších rutin však dodržují redaktoři stejné postupy, jako tomu bylo před deseti lety. Výběr témat pořád závisí na prostoru, který dostanou v novinách kulturní témata. Dále to závisí na ochotě pořadatelů událostí pozvat média na probíhající akci a na dostupnosti jednotlivých obcí. Výběr událostí pak závisí především na šéfredaktorovi.

Velmi podobně jako před deseti lety probíhá sběr informací. Redaktoři raději pracují v terénu a navazují kontakt s lidmi. Informace čerpají především od pořadatelů společenských událostí. Jednodušší to dnes mají kulturní redaktoři, protože mnoho informací je ověřitelných z online zdrojů. Před deseti lety se takové informace těžko ověřovaly.

Organizace práce dnes funguje stejně jako před deseti lety. O hlavních tématech se rozhoduje na střeďeční poradě a detaily se dořeší na speciální páteční poradě, kde se schází stálý redaktor Společnosti a šéfredaktor. Práce se dělí mezi ně a navíc jim vypomáhají vedoucí kulturního oddělení a externisté.

Noviny se kompletují v neděli. Stálý redaktor edituje texty externistů, společně se svými články je předává ke korektuře a následně nadiktuje grafickému oddělení, jak mají články zpracovat. Celý tento proces je v redakci zavedený již více než deset let. Jedinou výjimku tvoří práce s online redakčním systémem. Redaktoři se s ním naučili pracovat teprve v průběhu uplynulé dekády. Závěrečnou kontrolu všech článků ve Společnosti provádí šéfredaktor.

Kulturní témata tvoří jednu ze střežejních částí týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM. I přes úpadek tištěných médií se však slovácký týdeník nevzdal velkého prostoru pro tato témata. Místo zmenšení prostoru pro rubriku Společnost zvolila redakce cestu přizpůsobování se moderním trendům, které souvisí s multimedializací. Do budoucna se může tento krok ukázat jako ta nejlepší možná volba, protože zájem obyvatel regionu o kulturu a folklor je pořád velký. Přizpůsobení se multimedializaci zabrání do budoucna odlivu čtenářů, kteří považují tištěné periodikum za zastaralé médium.

SEZNAM LITERATURY

BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.

ČUŘÍK, Jaroslav a kol. *Nové trendy v médiích*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012, 239 s. ISBN 978-80-210-5825-5

GALTUNG, Johan, RUGE, Mari Holmboe: *The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspaper*. In *Journal of Peace Research*, vol. 2, no. 1, 1965. Pp. 64-91.

GANS, Herbert: *Deciding what's news*. Pantheon Books, New York, 1979. 365 stran. ISBN 0-394-50359-7

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Media a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2., dopl. vyd. Praha: Libri, 2002, 240 s. ISBN 80-727-7108-6.

PETRUSEK, Miloslav. *Teorie a metoda v moderní sociologii*. Vyd 1. Praha: Karolinum 1993, 204 s. ISBN 80-7066-799-0.

REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejuživanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9.

SHOEMAKEROVÁ, Pamela J a Stephen D REESE. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 2nd ed. White Plains, N.Y.: Longman, c1996, xiv, 313 p. ISBN 08-013-1251-5.

SOŠKOVÁ, Alžběta. *Rozdíly mezi tištěnými a online médii očima novinářů* [online]. Brno, 2010 [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/231115/fss_m/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jakub Macek.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

TUŠER, Andrej. *Ako sa robia noviny*. Vyd. 1. Bratislava: SOFA, 1999, 219 s. ISBN 80-85752-66-2.

VERNER, Pavel a Jan HALADA. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2007, 80 s. ISBN 978-80-86723-36-5.7

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Český lokální a regionální tisk mezi lety 1989 a 2009*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2013. 339 s. Media. ISBN 978-80-210-6478-2.

ZOONEN, Lisbet. Rethinking Women and the News, *European journal of communication*. 1988. Vol 3, Issue 1, s. 35 – 53. London: Sage, 120 s. ISSN 0267-3231.

Obrázek 1. DOBRÝ DEN S KURÝREM, 16.11. 2009

32 **SPOLEČNOST** Pondělí 16. listopadu 2009 **DOBRÝ DEN**

Huštěnovice, vše při starém

Ani nemoc nezabránila chasi si užít hodového veselí

Dalo by se napsat, že to letos proběhlo na hodech v Huštěnovicích jako přes kopáček. Starší stárci, počasi, krojovaní a kolemjdoucí spousta i dvě zábavy s DH Boršičanka. Prostě vše jako loni, jen s malou změnou, avšak ne zase tak nepodstatnou. A sice tou, že tu byli i noví mladší stárci.

Benjánci, kteří na sebe poprvé vzali stárcovani a roli mladších stárků, byli Michaela Šimonková a Tomáš Kryška. „Nikdo nás do toho nechtěl a trošičku jsem s tím od loňska počítala, že to div nebo později musí přijít. Jen jsem neměla chlapa, tak musel jít Tomáš. Kdyby

nešel on, kdo ví, jak by to letos u nás dopadlo,“ popisuje a vyzdvihuje Michaela důležité Tomášovo rozhodnutí.

„Jestli půjdem za starší hudec příští rok, nea ještě rozhodnutí. Je až s podivem, když jsme letos obcházení dětmi, kdo by šel v kroji a za stárky, tak jsme zjistili, že je tolik adeptů na příští rok, že se možná o to i porov. Takže možná až za dva roky, kdy by se mnou mohla jít i moje sestra,“ doplnila studující na učitelku a karátaška v jedné osobě.

Za ty starší i letos rodiče vypravili Editu Šimonovou a Vojtěcha Petrucha. I když studuje

medicin, onemocnění semane vyřadilo, ale role stárka se jako loni společně s podporou mladších ujali na vybou. Dvacet jedna párů krojované chasy s drobtinou a hosty z Kudlovic přivedl všas k obecním útulku, kde stárka předala povolení. V mém řízení zaznělo, že s Vojtou jdeme už posme a podruhé za stárky, takže starosti a nervozita jako loni už takové nebyly,“ pověděla Edita před rodným domem a Roman dodal: „Obcházení jsme děli dobu delším, ale neměl se nikdo, kdo by chtěl jít, tak jsme to vzali opět na sebe. Věděli jsme, do čeho jdeme, takže to chystání bylo klidnější.“ PAVEL PRINC

Více fotografií na dobryden.cz

Více fotografií na dobryden.cz

LUCERNY ZAPLNILY NÁMĚSTÍ - Už pošetě se na zaplněném uherokobrodském náměstí usadilo podzimní upájení studentek. Organizatoři sice do poslední chvíle pozorovali oblohu, nakonec však byli počasi jako obzvané. Několik stovek dětí ve společnosti rodičů asistovalo na náměstí vile Studničky při odevzdání studánek do rukou paní Zimy. Za rachotu ohňostroje se pak vydal dlouhý had plný zářících světylek do Domu kultury. Tady už byla pro děti připravena pohádka v podání Divadla Brod. (fab)

FOTOKLUB NA SLOVENSKU - Záhorské osetové středisko v Senici předstávil v úterý v podvečer premiéru výstavy fotoklubu. Amfoto z Uh. Brodu. Osm autorů vystavuje sedm desítek snímků, kdy nejčastějším námětem je krajina, dokument a portrét. Výstava potrvá do 10. prosince a poté se přesune do galerie Panský dům v Uh. Brodě, kde 18. prosince proběhne její česká premiéra a slavnostní vernisáž. (hu)

Foto: archiv Amfoto

Zkušeni matadoř folkloru v Brodě

„Od té doby, co jsem si vzal Broďanku, miluji Brod,“ prohlásili Hrbáč i Málek

Počasné se Brod postavil, aby publiku představil legendy moravského folkloru. Před hledištěm, kde bylo jen velmi malo volných míst, v programu vystoupili všechny prizvané cimbálové muziky, solisté, muzický pěvecký sbor a taneční soubor, který na tříd přehrával taneční obrázky z Kopan.

Za lanici folkloru pak letošní rotnak poslal programový ředitel Jaroslav Měkúk, když přizval etno-folkovou kapelu Domino z Hané. Ta, i když bez cimbálu a klarinetu, přijala povaz, aby dala nahlédnout do odlišné hudební kultury a interpretace sousošního kroje. „Vždycky se snažim, aby legendy byly jiné. Trochu jsem riskoval, jakým způsobem bude Domino přijaté, ale zase na druhé straně, jak znám toto publikum, tak vím, že ocení muzikantskou kvalitu. Spousta kapel se snaží přes lidové písně dostat do povědomí a nějakým způsobem se prodat. U této vidim, že jí jde především o muzikantskou kvalitu a citlivou interpretaci moravské lidové písně,“ komentoval Měkúk.

Přetřesem seničtíků, nešetilo a obzvlášť, když zahrála CM Hudec z Kyjova nebo Miroslav Kolkas, který stržil velmi melodický postava houslová sóla. Nezapomnělo se také na podstatitěleť muzicovní přímaše CM Ošava Labouřna Milka a vedrukešička Martina Hrbáče. PAVEL PRINC

Více fotografií na dobryden.cz

Obrázek 2. DOBRÝ DEN S KURÝREM, 5.12. 2011

24 **společnost**

PONDĚLÍ
5. PROSINCE 2011 **DOBRÝ DEN**

Vlčnovjáneek padesátiletým



Další fotografie na idobryden.cz

Velká folklorní oslava se konala na konci listopadu ve Vlčnově. Dětský soubor Vlčnovjáneek slavil 50. výročí od založení. Na pódiu se představily soubory Čerešníčky a Veleťánek doplněné oslavencem, domácím Vlčnovjáneem. Doprovázela je cimbálková muzika Durancija. Celým programem provázel Jiří Jilík, který si zavzpomínal na svá učitecká léta strávená ve Vlčnově a v průběhu večera pozval na pódiu i první tanečnický Vlčnovjáneek. Ti se všem svěřili se svými zážitky, které získali během působení v tomto dětském souboru. Na konci vystoupení byly předány pamětní listy všem, kteří tento soubor od začátku vedli. (ZK)



Další fotografie na idobryden.cz

ANDELSKÉ TVÁŘE NÁVŠTÍVILY CÉZAR ■ Víkend v Dance club Cézar proběhl v naproslo vánočním duchu. Páteční podvečer patřil dětem z MŠ Sídliště, které si pro své rodiče a prarodiče připravily čarodějnické a andělské písničky, básničky a tanečky. Děti navštívili také Mikuláš a každý dostal malý dáreček. V sobotu večer se šlieli andělé na Christmas angels white party, diskotéku leděnou do bílé barvy. K rozpuštění bujare nálad přispěly tanečnice oděné do andělských kostýmů a tanečníci v převlecích např. za ledního medvěda. K tomu všemu akční drinky a super naslapaná muzika po celou noc s DK Fanatic. Umrknout celou akci přijeli i Santa Klaus. (kol) Foto: MK



Úsměvy střídal strach a napětí

Kdo se nebál a po setmění překročil hranice obce Jalubí, zažíval chvíle strachu, hrůzy, napětí a děsu. Zdejší skauti tady, jak bývá každoročně zvykem, připravili strašidelné dobrodružství plné neživých monster a tajuplných bytostí. Letos desáté jubilejí. „I když je to desátý ročník, vše zůstává při starém. Pouze jsme změnilí úvodní motivační scénku, kde se objevil čaroděj a zakletá princezna,”

řekl Petr Tomáš, letošní hlavní organizátor. Po ní se už děti spolu s dospělými vydaly na devět stanovišť, kde na ně čekali živi upíři, krvavé zombie, šílený hrobník, zákeřné bludčičky, zlé čarodějnice a jiné postavy, které požadovaly plnění rozdílných úkolů. Ve slizu najít vejce, přinést předměty z ponurých míst či odříkat tajemné formule. „Minulý rok děti sbíraly slova

do tajenky, ale po cestě si je řekly, proto sbírají pouze podpisy od jednotlivých strašidel,” prozradil Tomáš a dodal, že většina těch, kteří se proměnili na strašidla, jsou společní známí a kamarádi, kteří působili nebo ještě působí ve skautu. Ten, kdo na konci potvoření, kterých všechny opět přivedlo do klubovny, odkud se vycházelo, měl splněno všech devět úkolů, získal sladkou i věcnou odměnu v podobě pamětního diplomu a kombinace několika sladkostí. Pro ty mladší to byl večer, kdy se alespoň na chvíli mohli bát, být pouze strašidel. Z reakcí dětí i rodičů bylo patrné, že si odnášeli nezapo-

menuté zážitky ze společného dobrodružství. „Každý rok ze zpětné odezvy víme, že to dlelo. Jezdí k nám i lidé z okolních obcí, tak snad se letošní ročník líbil také,” skromně předjímá Tomáš. (pri)



Další fotografie na idobryden.cz



TECHNOKLIMA UH s.r.o.

NEJVĚTŠÍ VÝBĚR KROVŮVÝCH KAMENŮ A VLOŽEK V REGIONU!

VYSTAVENO PŘES 100 KS KAMENŮ, VLOŽEK A SPORÁKŮ

Dále nabízíme kompletní stavbu krbů a kachlových kamen.

Regionální zastoupení **KANADSKÝCH KAMENŮ** prodej výrobků zn. **metla** **torso**

TECHNOKLIMA UH, s.r.o., ul. Hradčická 95, 686 03 Staré Město, (za Návějí křibovicko úvodem do Uherkého Hradíště)

telefon: 572 540 337 **NEJLEPŠÍ KAMNA ZA NEJLEPŠÍ CENY.**

sleva 20% na kouřovody při nákupu kamen

compolux
Vozková prodejna bytového a zahradního osvětlení.
Zlechov u Uherkého Hradíště

440,- 440,-

Prodejní doba:
po: zavřeno
út - pá: 9:00 - 17:00
sob: 9:00 - 11:00
tel: 573 902 016 **440,-**
<http://www.compolux.cz>

Jarmek v kině

UHERSKÝ BROD ■ Vánoční dárek si lze vyrobit i v kině! Uherkobrodský Máj uspořádá od 7. do 18. prosince tvořivé dílny pod vedením zručných řemeslnic a jednoho řezbáře. Vestibul kina bude otevřen od 13.00 do 16.00 nebo 17.00.

„Samí si můžete vyzkoušet malovat perličky nebo baňky, háčkování, paličkování, malování na hedvábí, papírové variace, navlékání korálků či jinou rukodělnou tvořivost, nebo si dárky jen koupit,” láká vedoucí kina Lenka Slivová, která zároveň upozorňuje, že vánoční jarmek tuto neděli 11. prosince v 15.00 ozdobí koledování strašanské zpěvačky Vlasty Grycové a autorské čtení spisovatelky Aleny Bartoškové. (ivo)

Všichni se shodli, byly to nejlepší hody!

Měly to být první „samostatné“ hody... I když se Jarosovčané nechtěli, všech dvacet krojovaných párů se shodlo na tom, že zažili nejlepší hody! „Řáhlí jsme za jeden provaz.“ pyšnili se letošní stárci.

Montérky vyměnily osmadvacitiletý Luba Uherka za kroj, páčky, blinkry a stěračce za hodové právo. Po boku s Andreou Malinovou se šňoří už na třinácté hody. „Něbyl jsem si jistý, že mám posbíraným tolik zkušeností, abych mohl takovou chasu směřovat tím pravým směrem.“ prozradil skromný jarosovský hasič a milovník rybaření. Ke svoji starce přišel díky absencím jejího tanečnicka Jožky Mikulky na hodových zkouškách. „Chtěla jsem jít za stárku, a když, tak jedním s Lubou,“ přiznala studentka reklamní fotografie na UTB Zlín.

Z kostela se krojový průvod vydal ke Kněžpoli a přes sídliště směřem k pivovaru, kde loňský stárek Jiří Vyoral vyvolal svého nástupce. Za tónů muzikantů z DH Šarovec (vystřídala Sadovanku) pak krojovani protuli obec až na Trávník pro stárku. Večer se k kuchařkám z Hluky tradičně přidala CM Gíra (Včeláran hrál Dostálkovým na svajbě). Hrál i při besedě hodové chasy sevcičeně

Dušanem Jaksíkem.

V neděli vozili po Jarosově opět slámového berana. „Původně měl ve vozíku sedět hodář Mira Skrabal, který si zlomil nohu, ale nechtěli ho pusit ze šumperského špitálu,“ ujela stárkovi interní informace. Po náročném obchůzce, z které se mnozí kčeli až do středy, následovala (po)hodová zábava s Mladým Včeláranem v Pivovarské hospodě. (pos) Foto: tys



JAROSOV



Další fotografie na idobryden.cz



Či to byly letos hody?

„Hody nebudú, není stárek,“ obávala se chasa, občané i starosta. „Ale buď, ať bez stárka!“ Padlo rozhodnutí a přípravy začaly. Lucháni, výskani ve spojení s rytmy dechové hudby se o císařských hodech neslo celým Částkovem. Hody i bez stárků byly, tak jako obvykle, všech návštěvníků a celé obce.

Krojovaná chasa zahájila hody úctami na tradiční mši svaté v místní kapli. Odtud se pak průvodem vydala na náves, kde už za přítomnosti místních i přespolních ukázala část svých tanečků. Aby mohli hodatři na večerní zábavě ukázat vše, co si připravili, museli nejprve za starostou požádat o hodové povolení. Úvítal je stylově, v kroji a z obecního úřadu nezapomněl chasa připomenout, aby rozumně koštovala vína.

Kdo se vydal večer na hodovou zábavu, jistě se dobře bavil. Na své si přišli příznivci cimbálu i dechové hudby. Vrcholem večera byly samozřejmě tanečky hodové chasy pod vedením Veroniky Štrýčkové.

V neděli, když dvanáctkrát odbyl zvon, se chasa vydala na poslední bod dvoudenního programu. Na obchůzku po vesnici. Do pozdního večera se rozléhala skrz celou obec hudba a zpěv veselici se mládeže. (pří) Foto: Olga Čechová



ČÁSTKOV

Hody pro bývalou starostku

V období hodů stranou nezůstaly ani Práckice a Pašovice. Tyto dvě obce si pořadatelsví rozdělily na polovinu a občané si společně užívali od pátku až do pondělí. Cyředenní hodový maraton zahájila svým pátečním koncertem skupina Reflexy ve spolupráci s Djem Radimem Gajduškem. V sobotu i v neděli se pak hodovalo s DH Nivničanka a

Hradčovjanka a CM Pajitáš.

Nedělní odpoledne patřilo tradičnímu hodovému průvodu se zastávkou u mládků, neboť role stárků zůstaly letos neobsazené. Mladkování se ujal osmadvacitiletý Ladá Sedláček, kterému i přes malou počáteční nervozitu jeho funkce velmi svědčila. Pak už se celá chasa v čele s mládkem vydala pro mlad-

ku, kterou se pro letošní rok stala sympatická Miša Juráková. Poté už se celá chasa čítající 25 párů přesunula do Práckic, kde před hospodou zatancovali hodové tance, hádavou či klobučkovy tance a před obecním úřadem převzali z rukou starosty hodové právo.

Nejmotivnější okamžikem hodů a zároveň nejlepší tečkou za

hodovou nedělí bylo poděkování bývalé starostce Práckic, Ireně Bandriové, kterou hodová chasa v rámci obchůzky navštívila. Bývalé starostky si spousta lidí v obou obcích váží a tímto sympatickým gestem jí chtěla chasa poděkovat za veškerou nejen finanční, ale hlavně psychickou podporu, kterou jim po mnoho let projevovala. Bývalá starostka, ale i několik krojovanýchch se v tom okamžiku neubránílo slzám dojetí. Hody zakončilo



PRAKČICE - PAŠOVICE



Další fotografie na idobryden.cz

pondělní vození berana po Práckicích a Pašovcích a vybirání příspěvků na „medicínu“. Nejen díky slunečnému počasí, ale hlavně díky pestrému programu a skvělé partě lidí, která celé hody uspořádala, se víkend velmi vydařil. „Byli jsme večer už všichni unavení a bolely nás nohy jak sviná, no bylo to náročné, ale s demizónem a ploskačkú jsme to zvládli,“ shrnula hody Zuzka Gregürková, která je každoročně jednou z hlavních organizátorek. Kateřina Mařáková



Košť vzali doslova útokem

Výstava vín v Boršicích s pořadovým číslem 49 se stala rekordní

U vstupu se stála několikaminutová fronta. V nabídce bylo rekordních 1 043 vín. Šest set speciálně vyrobených pamětních pohárků na víno bylo prodáno za necelé dvě hodiny. Šlá praskal ve svecích a sýrově a zabíjačkové pochutiny šly na dračku. Nejvyšší ocenění - 19,3 bodu - a titul šampióna v odrůdě Ryzlink rýnský za své 22leté víno získal i starosta obce Roman Jilek. Titul šampióna z 35 odrůd převzala polovina boršických vinařů. Takový byl 49. ročník Velikonoční výstavy vín v Boršicích.

„Je to divočina a vypadá to, že to bude po všech stránkách naše rekordní výstava. Je půl jedné, blížíme se do půlky koštu a museli jsme dovážet další stovku skleniček bez potisku a už jich také zůstává jen asi deset“, konstatoval Libor Vranka, předseda pořadajících zahrádkářů, který potvrdil i rekordní počet vystavovaných vzorků a šasl také nad počtem mladých, kteří se chtějí o vínu něco dozvědět nebo jej pouze ochutnat. „Jsem za nás vinaře rád, že na výstavu přišel tak velký počet mladých, kteří se zajímají o víno nebo o tento velmi známý a největší regionální košť.“

„Samozřejmě o šampióny byl enormní zájem a trvalo jen několik minut a první láhve byly vypity. I s tím jsme počítali a během koštu jsme postupně hned třikrát doplňovali“, dodal Vranka. Cimbálová muzika sice chvílemi na sále nebyla slyšet, ale zato zabíjačkové speciality a košť sýrů nikdo neprošel bez povšimnutí. (pri)



NA PULTE BYLI BERÁNCI I ŽILY ■ Dvoudenní Velikonoční jarmark na Masarykově náměstí v Uherském Hradišti uzavřela vizuovická skupina Fierot. Po dva dny majitelé ochotně zvanými Tradiční výrobek Slovácka a další prodejci prezentovali své rukodělné umění. Víkend byl ideální k vyjetím pro rodiny s dětmi. Na jednom místě měli možnost spojit nákupy s pohledem na to, jak šikovné ruce dokážou uplést košík, pomlázku, upéct velikonočního beránka či nazdobit na několik způsobů kraslici. Nechyběly ani gastronomické dobroty a zajímavý hudebně-doprovodný program. (kul) Foto: sal

Čtrnáct zastavení naživo

Příběh Ježíše Krista ožil v podhůří Bílých Karpat. Zbývalo jen několik málo hodin do obradů vázích se k Velkému pátku a Bílé sobotě. I nad Bánovem zvony tise spaly. Ke kostelu sv. Martina svolal věřící a mládež nepronikavější a nejvíce rezonující zvuk. Tlukot srdce, které hledá víru a

lásku znavenou strachu a lhostejnosti. „Ježíš zemřel na kříži a nabízí nám symbolicky s ním vykonat cestu poslední, cestu křížovou. Zároveň s ním nese jeho kříž, který říká: Kde jsem já, tam bude i můj úředník,“ přečetl otec Jan Mach před započetím krátké pěší pouti o čtrnácti zastaveních.

„Za sebe i obec jsem moc rád, že mládež chce udržovat tento zvyk. Největší podpora při organizaci je ze strany představitele Ježíše, Pavla Supina, který si vše vzal na starost. Luším, že už to bude osmý ročník, a mládež s tím automaticky počítá. Je to tradice, kdy si Velký pátek už bez živé křížové cesty ani nedovedeme představit. A to za každého počasí,“ nechal se slyšet starosta Zbyněk Král.

Mladým tuto tradici pomohl nastartovat farář Petr Bulvas. Roli Ježíše po čtyřech letech převzal



Supina od Honzy Fremla. „Honza mě poprosil, jestli bych to nepřevzal, a teď čekám a věřím, že se najde někdo, kdo nahradí i mě,“ svěřil se Supina. Pohledy návštěvníků moc neřeší. „V průběhu cesty se orientuji na to, abych to prožíval já sám naplno. Abych to dokázal celé odevzdat Bohu, a nehledím na to, co je kolem mě. Snažím se vnímat, jaké utrpení prožíval Ježíš. Premi-

tám, jaký je můj život a jaký by měl být dál.“ řekl obřadový mladík a skaut v jedné osobě, který ochotně organizuje i skupiny hrkačů, kteří prochází obcí v době, kdy symbolicky utichají zvony.

„V této tradici pokračují s oblibou, církev tak vychází z kostelů a nabízí veřejnosti alespoň část z toho, co prožívá v tyto nejdůležitější dny liturgického roku,“ uvedl Jan Mach, duchovní bánovské farnosti. (pri)



Obrázek 5. DOBRÝ DEN S KURÝREM, 5.10. 2015

Pondělí 5. října 2015

DOBRÝ DEN

SPOLEČNOST 25

Včelaření je pro něj vášní

Patrik Vorálek nabízí kromě medu i ovoce a zeleninu

K tradičním produktům na Slovácku patří neodmyslitelně med. Najdeme ho i mezi produkty, které se dají koupit v nové otevřené Slovácké tržnici. Patrik Vorálek se včelaření věnuje už delší dobu. „K patnáctým narozeninám jsem od dědečka dostal svůj první včelín s deseti včelstvy. Dnes už včelařím s více než osmdesáti včelstvy,“ říká Patrik Vorálek.

V jeho prodejně na tržnici mohou zákazníci nakoupit samozřejmě kromě medu i výrobky z něj, jako například medovinu. V nabídce má také včelí vosk nebo mateří kašičku. Ale není to jen med, co mohou lidé na pultu Patrika Vorálka najít. V sezóně nabízí také ovoce jako meruňky, třešně, višně, jablka, hrušky nebo i ovoce na kvas. V malém je v jeho prodejně mezi zbožím zastoupena i nestráhaná zelenina. Medové produkty můžete na Slovácké tržnici nakoupit ve středu, pátek a sobotu vždy od 7.00 do 18.00 a v sobotu od 7.00 do 13.00. (KET)

Uherské Hradiště, Verbiřská 1286 (bývalá kasárna)

AKCE NA TENTO TÝDEN:

9. 10. od 15 do 18 hodin
Ochutnávka farmářských kozičích sýrůz českých luhů a hají v nestráhaném pojetí
CM Oskoruša

10. 10. od 9 do 13 hodin
Podzimní dílnička



www.slovackatrznice.cz

Pletení vystřídali pošťáci

Pošťácká pohádka v podání herců Slováckého divadla přilákala do Slovácké tržnice v sobotu dopoledne desítky dětí. Scénické čtení pohádky od Karla Čapka v podání Davida Vackeho, Ireny Vackové a Jiřiho Hejčmana o pošťákově Kolbavovi mělo u malých diváků úspěch. Kromě sledování pohádky byla pro nejmenší návštěvníky tržnice připravena i tvořivá dílna, ve které se malovalo na obálky.



Zkrátka nepřišli ani dospělí, ti si už v pátek mohli vyzkoušet, jak jsou na tom s pletením hladce obrátce, nebo si třeba zkusili uplést ponožky. Svou zručnost mohli ovšem prokázat i ti mladší. Ti si mohli vlastnoručně vyrobit pestrobarevné bambule. Před tržnicí pak děti vozil poněk Bohoušek. (BZ) FOTO: SAL



DAŠÍ FOTOGRAFIE NA iDOBRYDEN.CZ

Slunce obsadili indiáni



DAŠÍ FOTOGRAFIE NA iDOBRYDEN.CZ



Uherskohradištskou pasáž Slunce obsadili ve čtvrtek odpoledne indiáni. Sice se neskalovalo ani nestřílelo, ale o to víc se kouzilo a užívalo zábavy. Se svým programem Indiánské hrátky tady malé návštěvníky bavil kouzelník Jiří Hadaš se dvěma indiánskými pomocnicemi Tititapou a Kipakapou. Během dvouhodinové sou nechybělo tvoření zvířátek a jiných zajímavých předmětů z nafukovacích balónků. Nechyběl ani tanec a další dovednostní aktivity, jako jízda na koni či prolezání indiánskými strašidelnými tunelem nebo chytání bizonů. K tomu všemu legrace a kouzla. Žádný malý návštěvník ale neodšel s prázdnou. Pro všechny měl kouzelník Jiří Hadaš připraveny malé dárky. (BZ) FOTO: SAL

Jitka Josková se vdala



DAŠÍ FOTOGRAFIE NA iDOBRYDEN.CZ

Jedna z neznámějších tváří slovácké scény, herečka Jitka Josková, se v sobotu o půl dvanácté vdala. Jejím manželem se stal středoškolský učitel a folklorista Drahoš Hlaváč. „Jsem šťastná. Co bych tak jiného mohla v tento den říct?“ usmívala se krásná nevěsta a prozradila něco ze zákulisí příprav svatby. Nádherné šaty jí navrhla přítelkyně a výtvarnice Slováckého divadla Eva Jiříková, jež byla zároveň jejím svědkem, na obřadu v kostele Zvěstování Panny Marie ve Františkánské ulici v Uherském Hradišti zazpívala Kristýna Daňhelová a dojemně verše přednesl hereččin kolega Vladimír Doskočil. A pak se už hlavně slavilo, zpívalo a tančovalo. Svatební párty, na níž byli téměř všichni hereččini



kolegové, ale i folkloristé z celého Slovácka, se protáhla do pozdních nočních hodin. Herci novomanželům předali kromě poukazu na vybavení společné domácnosti i speciální dárek v podobě nejrůznějších osobních služeb. Tomáš Šulaj tak šťastné dvojici slibil upéct jeho vyhlášený koláč, Josef Kubánek kdykoliv zatančí a Zdeněk Trčálek nabídl exkurzi v jeho vinném sklepě. Dámy ze soboru se pak předchánily v pomoci v domácnosti a padly také nabídky na hlídání potomka. (SAL)



Uherský Ostroh v dobových fotografiích



V únoru loňského roku připravila ostrožská knihovna pozoruhodnou výstavu starých pohlednic Uherského Ostrohu a jeho okolí ze sbírek uherskobrodského kronikáře Františka

Babička, která se setkala s velkou odezvou. Po roce navazuje na tuto expozici výstavou Historický Ostroh ve fotografiích. Sítědění vernisáž v zámecké galerii

ostrožského zámku na harmoniku doprovodila učitelka Miluše Vosáhlavá. Vzpomínala na svého učitele Slávka Smišovského.

„Hlavním smyslem tohoto počínu je podat návštěvníkovi informaci a vsadit v něm představu zaniklé minulosti našeho města.“ prozradila autorka výstavy Věra Hendrychová. „Na starých fotografiích ožívají dnes už neexistující objekty a zákoutí, kolem nichž před mnoha a mnoha lety každodenně procházeli naši předkové a ve své době je ani v nejmenším nevnímali a neshledávali nějak výjimečnými, zajímavými. Teprve s odstupem času můžeme docenit jejich krásu, jedinečnost. A mnohdy si jen nostalgicky povzdchnout - škoda, že už tomu tak není.“

Výstava volně navazuje na cyklus besed Střípky z historie našeho města, které z vlastních materiálů připravuje právě autorka výstavy. Expozice bude v prostorech zámku

v Uherském Ostrohu umístěna do neděle 28. února. Pro veřejnost je zámecká galerie otevřena každý den s výjimkou pondělí vždy od 13.00 do

17.00. Vstupenky na výstavu ve výši 30 Kč zakoupíte v ostrožském informačním centru. (KUL)

FOTO: LUCIE PŠURNÁ



Dílničky šikovných dětí

Drátek, papír, sklo nebo keramika. Pouze tyto čtyři propriety, a hlavně šikovné ručičky poslouží k tomu, aby děti ve Slovackém muzeu vykouzlily sobě nebo svým rodičům krásný dárek. Pod odborným dohledem pracovníků muzea a keramiky Marie Sobkové se muzeum promění lo v tvorivou dílnu. Program nesl název Dílničky pro levé ručičky. Po skončení toto rozření rozhodně neplatilo! „Děti byly opravdu moc šikovné a žádné z nich nemělo ručičky levé, ba naopak,“ pochválila Lenka Vlková trpělivost a zručnost všech dětí. Nejvíce dětí projevily zájem o malování na sklo pomocí speciální zlaté kontury s následným vybarvováním. Stranou pozornosti neleželo ani barvení sádrových odličků v podobě skluček, směnulačků, květinček. „Co však hlavně starší zajímalo, byl quilling neboli papírový filigrán. Tato výtvarná technika využívá pružky barevného papíru, z nichž lze vyrobit originální přáníčka, např. květiny, motýly a jiné originální obrázky,“ dodala Vlková. (PRI)

Uherskobrodský jarní tábor rozšířil nabídku



Jarní prázdniny si zpestřilo sportem, výtvarným tvořením a hudbou přes 80 dětí ve věku 7-15 let. Sportovní klub 1. AC Uh. Brod ve spolupráci se ZŠ Pod Vinohrady a DDM pro ně připravil 8. ročník příměstského tábora se sportovním zaměřením na florbal a aerobik. Novinkou pro letošní ročník byla účast malých výtvarníků a hudebníků, kteří svoji kreativitu rozvíjeli pod odborným vedením Petry Bzřické a Jakuba Smitala. O děti se po celou dobu akce staral osvědčený kolektiv

pedagogických pracovníků ZŠ Pod Vinohrady, posílený o mladé aktivní sportovce a trenéry 1. AC.

V nepočetnější florbalové části 47 účastníků soutěžilo ve třech věkových kategoriích v disciplínách jednotlivců i florbalových turnajích. Na závěr obdrželi nejlepší hráči, družstva i jednotlivci medaile a diplomy, celkem jich bylo rozdáno více než 100. Všechny děti si odnesly upomínkový list a účastnické medaile. ZDĚNEK MOŠŤEK

Odkrývání zašlé krásy



V Přednáškovém centru Slovackého muzea v Uherském Hradišti proběhlo ojedinělé setkání. Role přednášejících si tentokrát vyzkoušeli hned tři pracovníci konzervačního-restaurátorského oddělení Slovackého muzea. Odprezentovali návštěvníkům, jak lze i polorozpadlým a velmi poškozeným předmětům dochovaným z minulosti dodat původní vzhled.

Prezentaci pro názornou představu doplnila podrobná fotodokumentace restaurátorských zásahů. V prezentaci předložili restaurování předmětů z archeologických výzkumů, např. románského křížku, bronzových předmětů z výzkumů, doplňování a rekonstrukci keramiky. Restaurátorské zásahy při odstraňování přemaletých obrazů a soch z oddělení umění a etnografie představila Ludmila

jímavější konzervace lidských ostatků mladé dívky, jež byla nalezena na Modré. Na této kostře totiž bylo provedeno tzv. protivampyrické opatření. Kostře byla rozbita lebkou velkým kamenem a následně byl hrob zavalen kameny a očištěn ohněm,“ uvedl Ondřej Mour, který za nejžší při tomto úkolu považoval seskládání fragmentů lebečních kostí do tvaru lebky. „Co mě nejvíce překvapilo, byl velmi zachovaný chrup, na kterém bylo vidět nasazení druhých zubů, které se v době smrti ještě ani neprořežaly,“ dodal Mour, který přiznal, že počáteční nervozitu vystřídal dobrý pocit, že mohl prezentovat svoji práci a veřejnosti přiblížit možnosti svého řemesla. (PRI)

FOTO LADISLAV CHVALKOVSKÝ



Rozhovory s členy redakce

Seznam základních otázek k polostrukturovaným rozhovorům

Jakou pozici má rubrika Společnost v týdeníku?

Kolik prostoru v novinách Společnost dostává?

Jak probíhá komunikace mezi redaktory, kteří do rubriky Společnost přispívají?

Jaká témata spadají do rubriky Společnost?

Jak probíhá výběr událostí, o nichž se v rubrice Společnost píše?

Jak velkou roli hrají fotografie u článku v rubrice Společnost?

Kdy má uzávěrku rubrika Společnost?

Jak vypadají texty ve Společnosti?

Kdy se konají porady, na kterých se rozhoduje o náplni rubriky Společnost?

Kdo provádí závěrečnou kontrolu textů Společnosti, než jdou do tisku?

Je rozdíl mezi články vkládanými na web a těmi v novinách?

Kdy začal týdeník používat sociální sítě?

Jak velkou roli hraje kultura v tomto regionu?

Pavel Paška, šéfredaktor týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM

Jak dlouho pracujete na pozici šéfredaktora týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM?

Na jaké pozici jste pracoval před tím?

Začínal jsem před dvaceti lety jako dopisovatel tehdy ještě týdeníku Dobrý den, Slovácko. Nasedl jsem do rozjetého vlaku, neboť noviny existovaly už rok a snažily se konkurovat tehdejšímu plátku Slovácká jiskra, později přejmenované na Slovácké noviny, dnes Slováckého deníku. Atmosféra a rodinný duch redaktorů nabízel ideální prostředí pro novinářskou profesi. Vzhledem k mému přehledu v oblasti rockové hudby v regionu i mimo něj, jsem dostal vlastní prostor v hudební rubrice. Během roku spolupráce mi byla nabídnuta smlouva na post redaktora kulturního oddělení. V roce 2000 změnil týdeník majitele i jméno, a proto spojení dvou periodik bylo pro mnohé redaktory bojem o přežití. Někteří změnu neunesli a odešli dobrovolně, jiní byli „odejiti“. Toto neblahé prostředí však vyústilo v silný redakční tým, který jsem od roku 2010 vedl jako vedoucí redakce. O dva roky později jsem se stal šéfredaktorem slováckého týdeníku.

Jakou pozici má rubrika Společnost v týdeníku? Změnil se její význam poté, co jste se stal šéfredaktorem?

Výjimečnou, stejně jako náš kulturně bohatý kraj. Slovácko je centrem vzdělaných čtenářů, kteří se nebývale zajímají o dění ve své obci, městě či regionu. Jelikož jsem dlouhá léta pracoval jako redaktor kultury a tato rubrika byla mým denním chlebem, nestala se součástí klasického zpravodajství jako v ostatních médiích, ale stále má výsostné postavení a špičkovou kvalitu v týdeníku. Bereme ji jako odraz bohatého kulturního dění v našem regionu, ze kterého čerpají ostatní média.

Kolik prostoru v novinách Společnost dostává? Kolik prostoru dostávala dřív?

Na začátku se v týdeníku objevovala pouze rubrika Kukátko, kterou tvořily tři fotografie s krátkými popisky. Ten nicotný prostor se po mém nástupu na post vedoucí redakce rozšířil na „fotostranu“ a postupně se rozrůstal do současné podoby, tedy dvacet řádků, pět nebo šest fotografií z každé akce a doplňující fotogalerie na webu. Podle inzerce a prostoru pro sport, dostává dění na Slovácku od tří, pěti až po osm stránek. Často tvoříme tematické přílohy prolínající se se stranami kultury, jako jsou slovácké hody, slavnosti vína, fašanky, jízdy králů, festivaly či plesy.

Jak probíhá komunikace mezi redaktory, kteří do rubriky Společnost přispívají? Bylo tomu dříve jinak?

Dříve byl prostor pro rubriku tak malý, že ho zvládli zaplnit redaktory pracující v kulturním oddělení. Vzhledem ke stálým úsporám v redakci zůstal na kulturním oddělení jen jeden redaktor, který je díky velkému prostoru Společnosti v týdeníku doplněn o jednoho stálého redaktora a několik občasných externistů. S nimi se pak snažíme vytvořit pestré noviny. A na straně druhé dáváme prostor mladým, ještě nedostudovaným novinářům, kteří poprvé ochutnají žurnalistický chlebiček. Právě pomocí praxí získávají první kroky uvedení teorie do reality, jenž bývá mnohdy jiná, než si sami představují

Jak probíhá komunikace mezi externisty, kteří do rubriky přispívají? Vzrostl jejich počet za poslední dobu?

Vzhledem k tomu, že jsme pondělník a chceme být aktuální, hlavní skladba reportáží se odehrává o víkendu a je doplněna událostmi z celého týdne. Každý pátek ráno proběhne víkendová porada, kde vzniká reportážní plán, jenž je rozdělen mezi jednotlivé redaktory a externisty. Výsledné reportáže se scházejí každou neděli u vedoucího společenské rubriky,

který „našpígluje“ určené stránky. Nejprve se naskládají tematické přílohy, poté následují další víkendové akce.

Jaká témata spadají do rubriky Společnost? Jak to bylo dřív?

Z počátku se v rubrice objevovalo veškeré kulturní dění na Slovácku, dnes je rubrika rozdělena na tematické celky jako ples, festivaly, hody, košty a vánoční koncerty apod.

Jak probíhá výběr událostí, o nichž se v rubrice Společnost píše? Co je rozhodujícím faktorem pro výběr dané události? Změnil se náhled na tyto faktory?

Dříve se z několika akcí vybraly ty nejzajímavější a nejbarvitější. Dnes je také důležitým faktorem atraktivita, ale také mapování dění v regionu a barvitost v rámci vydání. Druhý sešit tak každé pondělí lemuje z částí aktuální sportovní, z částí kulturní a společenské dění na Slovácku. A to od divadelních zpráv, reportáží z koncertů, tradičních folklorních svátků, koštů vína a slivovice, dětských karnevalů, plesů, vernisáží, premiér folklorních souborů a podobně. Pohled na tyto akce je stejný, jen postupem času získaly větší prostor, který je adekvátní jejich významu pro danou obec, daný region.

Řídíte se při výběru témat statistikami čtenosti na webu? Jak to ovlivňuje tvorbu rubriky Společnost?

Neřídíme, kdybychom to udělali, budeme psát hlavně o větších městech jako o dění v Uherském Hradišti, Uherském Brodě, Bojkovicích. Jenomže my jsme regionální týdeník, který dává prostor jak dění v městech, tak v malých obcích. Proto třeba v období fašanku zajíždějí naši redaktoři i do nejmenších a zapadlých dědinek, kde tato tradice žije a je mnohdy jednou nebo jednou z mála akcí, které se tam konají. Nejdůležitější faktorem je pestrost a poslání mapovat dění v tomto kulturně nejbohatším koutě naší moravské země.

Jak moc využíváte informace a fotografie od čtenářů, kteří Vám o události referují přes e-mail?

Čím dál častěji. V jednom nebo dvou redaktorech nejde mapovat především víkendové dění, když třeba jako o plesové sezoně většina akcí začíná v jeden den a stejný čas. V několika obcích máme věrné čtenáře a pomocníky, kteří jsou ochotni vytvořit pro naše periodikum reportáž a dostat tak dění ve své obci do našeho týdeníku. Mnohé informace od nich jsou také základem pro zpravodajské reportáže. V každé obci chceme mít člověka,

který nám poskytne důležité informace, popřípadě fotografie, pokud se nebude moci dostavit přímo redaktor.

Mění se struktura Společnosti během roku?

Tak jak je barevný rok, je barevné i dění a jeho odraz v týdeníku. Stále důležitou roli hraje inzerce, která „živí“ noviny a sportovní zpravodajství, které láká stále nejvíce našich čtenářů. Zbylý prostor je tvořen kulturním děním. Přesto, když víme, že se blíží tematická příloha, která má v dané období váhu a návštěvnost, prostor pro reportáže se vždy najdou.

Jak velkou roli hrají fotografie u článku v rubrice Společnost? Je v současnosti kladen na fotografie větší důraz, než tomu bylo dříve?

Znamé pravidlo, že když se někdo objeví na fotografii, noviny si zakoupí, dávno vzala za své. Po nástupu Facebooku už ani rodinní příslušníci neschraňují snímky svých dětí či vnuků, kteří zaznamenali úspěchy, které náš týdeník přináší. Síla sociálních sítí, pomalu, ale jistě utlačuje krásu devadesátých let, kdy byl každý rodič či prarodič hrdý, že fotografie jeho potomka byla v souvislosti s nějakou událostí otištěna v novinách a sbíral ústřížky či celá vydání. Hektická doba přeje momentům a zážitky se jen mívají, nikoliv archivují

Fotografie pořizuje sám redaktor nebo ho na událostech doprovází fotograf?

Devadesátá léta minulého století a následný přelom do dvacátého prvního století byl pro redaktory oázou pro redakční činnost, na kterou měli klid a měli z ní také radost. Doprovod fotografem jim nebral ani čas, ani pohled na danou událost. To se však změnilo. Nejprve malé týdeníky, poté i deníky z úsporných důvodů spojily tyto dvě funkce do jedné a z redaktorů se stali také fotografové. Následná „krize“ a další úsporná opatření přidala redaktorům práce, ubrala času a udělal z nich stroje na písmenka a obrázky. Každý se s tímto neblahým jevem vypořádal po svém. Redaktoři začali více spolupracovat s tiskovými mluvčími a stali se z nich spíše dělníci žurnalistky, kteří nemají čas jít do hloubky.

Kdy má uzávěrku rubrika Společnost? Jak tomu bylo dřív?

Jakmile se prostor pro Společnost zvětšoval, byla potřeba posunout co nejvíce uzávěrky. Kvůli času i aktuálnosti. Současná uzávěrka pro Společnost, která se nachází v druhém sešitu novin, je v devět hodin večer. Jelikož náš týdeník vychází v pondělí, tato rubrika už není výběrem toho nejlepšího z dění během uplynulého týdne, ale vyprofilovala se hlavně z mapování víkendového dění na Slovácku. Tak, aby se čtenář, který po náročném

nebo odpočinkovém víkendu zapojil do pracovního cyklu, měl k ranní kávě ty nejčerstvější aktuality z víkendového dění v obci, rodné či sousední.

Jak vypadají texty ve Společnosti? Změnilo se jejich podoba nějak?

Od počátečních štěků a popisek se s prostorem zvýšil i objem reportáže. Podle atraktivity i samotný prostor a žánr pro zpracování. Důležité akce, jako výročí souboru nebo volba krále se mohou rozšířit až do stránkového zpracování. Hloubka a záběr zpracování se očekávají od týdeníku, nikdo však nevidí, že mnohdy se jedná o víkendové dění, tedy deníkovou práci.

Kdy se konají porady, na kterých se rozhoduje o náplni rubriky Společnost?

Tradiční středeční porada pouze nastíní důležité akce, na které nesmíme zapomenout. Na následném pátečním setkání šéfredaktor rozdělí redaktorům a externím spolupracovníkům akce, které navštíví a společně se domluví způsobu zpracování.

Prochází články do Společnosti přes korektora?

Vzhledem k hektické době musí každý text projít kontrolou korektorky. Zpracovaný text je uložen do redakčního systému, kde korektorka provede jazykovou korekturu.

Kdo provádí závěrečnou kontrolu textů Společnosti, než jdou do tisku?

Šéfredaktor. Nejenže prochází vytisknuté strany, ale před odchodem stran do tiskárny je posledním, kdo hlídá kvalitu práce redaktorů a zároveň je druhým, hned po korektorce, čtenářem nového vydání.

Kdo vkládá články na web? Jak probíhal tento proces před pěti nebo deseti lety?

Ještě před deseti lety se články a fotografie graficky „zalomily“ na stránky a korektorka opravovala jen obtahy. Dnes redaktoři ukládají texty do online redakčního webového systému. Editor, v případě společnosti šéfredaktor, často vyladňuje titulky vhodně pro aktuální vydání.

Je rozdíl mezi články vkládanými na web a těmi v novinách?

Někdy žádný, mnohdy velký. To nejlepší, co redaktor napíše, uloží do redakčního systému. Do novin se někdy dostane jen část nebo se z několika článků poskládá tematická mozaika. Poté, co články vyjdou v novinách, jsou mrtvé, zato to s texty na webu lze ještě pracovat, dopracovávat je, aktualizovat. Další fází úpravy je atraktivita pro sociální sítě.

Kdy začal týdeník používat sociální sítě?

Se zrychlováním života a přísunem informací se rozbujely sociální sítě. Pokud chce i malý regionální týdeník jít s dobou a nezkamenět, musí naskočit na tuto vlnu. Dnes je téměř tradicí, že každý článek, který se objevuje na redakčním webu je potřeba „prolinkovat“ a lidem tak naservírovat přes sociální sítě, protože je to jediná možnost, jak zaujmout a dát informace doslova až pod nos.

Je vidět rozdíl mezi dobou, kdy jste sociální sítě nepoužívali a současností? Je užívání sociálních sítí nutnost?

Velká. Bohužel v neprospěch tištěného média. Dříve lidé věřili, že co je psáno, to je dáno a černé na bílém mělo váhu informace. Dnes, když je člověk zahlcen informacemi ze všech stran, vše tradiční postupně ustupuje. Konzumní společnost, která jednou tištěné medium opustila, se k němu horko těžko vrací, neboť chytrý telefon vládne světu a hlavně mladá generace si myslí, že v něm najdou všechno, kdykoliv a kdekoliv. Proč tedy kupovat noviny nebo vyťukávat domény, které se jim právě vykouřily z hlavy?

Jak se redaktoři učí zacházet se sociálními sítěmi?

Tak jak kdysi museli přejít z psacích strojů na počítače, jak se museli naučit využívat redakční systém nebo se naučit fotit. Je to trend doby. Umět napsat kvalitní nebo exkluzivní článek už nestačí, redaktor ho musí umět prodat, jinak je jeho snaha téměř marná. Je tady konkurence, která si redaktorovo téma vezme a prodá ho. Díky tomu vznikl doslova boj o exkluzivní informaci.

Jak velkou roli hraje kultura v tomto regionu?

Jak už jsem říkal na začátku, velkou. A díky tomu úbytek čtenářů tištěného týdeníků není tak markantní jako v ostatních koutech naší země. Bohaté tradice zanechali v lidech jistou lásku tyto tradice obdivovat živě, ale i v reportážích. Bohužel životní styl, degradace některých vydavatelů nebo nedůslednost a povrchnost konkurenčních médií ničí dobrou pověst regionálního novináře, a i v tak kulturně bohatém kraji vrhá na tuto důležitou profesi špatné světlo.

Jaké předpoklady musí splňovat redaktor, který chce pracovat jako kulturní redaktor pro DOBRÝ DEN S KURÝREM?

Umět se vyjadřovat, jak ústně, tak slovem. Mít přehled o kulturní dění během celého roku na Slovácku a hlavně dobře znát svůj region.

Jak se liší kulturní texty v DOBRÉM DNU S KURÝREM od textů v jiných novinách?

Texty vynikají srdečností, adresností a slováckým duchem.

Radek Salaquarda, redaktor a fotograf týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM

Jak dlouho pracujete v týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM?

Do novin jsem přišel v roce 2004. Tehdy zabíral nejvíce místa sport. Nastoupil jsem jako sportovní redaktor. Celkem tehdy sport dělalo pět redaktorů a několik dalších dopisovatelů.

Jak dlouho pracujete na rubrice Společnost?

Časem došlo ke snižování počtu redaktorů a kolem roku 2013 jsem začal pracovat i na rubrice Společnost.

Jakou pozici má rubrika Společnost v týdeníku?

Pořád platí, že přednost před kulturou má sport. Pokud je potřeba více stránek sportovním tématům, tak Společnost musí ustoupit. To je hlavně v období od srpna do prosince a pak od března do června, kdy se hrají fotbaly. Ale v současnosti zabírá rubrika více místa, než v době, kdy jsem do novin přišel. Naši čtenáři ale raději než o koštěch a plesech chtějí číst o sportovních výsledcích.

Jak probíhá komunikace mezi redaktory, kteří do rubriky Společnost přispívají?

Většinou komunikujeme osobně v redakci, ale pokud jsem v terénu, tak si voláme nebo píšeme SMS. Záleží na okolnostech. Některé věci nastíníme na velké poradě a podrobnosti ohledně rubriky Společnost si ujasňujeme až v pátek. Pak už se kontaktujeme jen když nastane nějaký problém.

Kdy probíhají porady?

Hlavní porady bývají ve středu ráno. Sejdou se všichni redaktoři a zhodnotí se minulé číslo novin. Pak se probírají jednotlivé rubriky. V případě společnosti se jen nastíní nejdůležitější témata. Podrobnosti probíráme až v pátek, kdy se scházíme na zvláštní poradě pro Společnost.

Jaká témata spadají do rubriky Společnost?

Nejčastěji to jsou plesy, hody, košty, koncerty a další společenské události. Většinou je to okruh událostí, které se každoročně opakují, ale spadají tam i akce, které jsou výjimečné. Ale obecně lze říci, že se jedná o společenské události.

Jak probíhá výběr událostí, o nichž se v rubrice Společnost píše?

Plán rubriky Společnost se sestavuje v pátek. Důležité je, aby redaktoři dokázali o víkendu zajistit tolik článků, aby s nimi zaplnili stránky určené pro Společnost. Důležité při výběru je, jestli organizátoři poslali do redakce pozvánku na událost. O víkendu totiž může probíhat několik akcí, podobného charakteru, například košty a v redakci se rozhodujeme i na základě toho, zda pořadatelé mají zájem na účasti médií. Některé významné události samozřejmě navštěvujeme automaticky. V tomto případě se jedná například o ples města Uherského Hradiště nebo Slavnosti vína v Uherském Hradišti. Při výběru se také bere ohled na omezené množství vybavení jako jsou například fotoaparáty. Ty jsou v redakci pouze dva. Dochází často k předávání fotoaparátů během víkendu, a to má také vliv na výběr událostí, které navštívíme.

Podílíte se na výběru témat do Společnosti?

Ano, podílím. K tomu slouží právě páteční porady. Snažíme se se všemi redaktory udělat co nejefektivnější plán.

Přicházíte na porady s vlastními náměty na témata do Společnosti?

Pokud vím o nějaké atraktivní události, tak se ji snažím prosadit do rozpisu rubriky Společnost. Někdy organizátoři totiž adresují pozvánky přímo mně. Já pak na poradě přednesu návrh na zpracování dané události a šéfredaktor posoudí, zda událost zpracujeme nebo ne.

Dáváte přednost práci přímo v terénu nebo upřednostňujete práci tzv. od stolu?

Rozhodně práci v terénu. Bez osobní návštěvy je těžké zachytit atmosféru události nebo na ní najít něco zajímavého. Pokud mám příliš nabytý program, tak musím samozřejmě obvolat organizátory a získat od nich základní informace. Z těch pak napíšu text. Podmínkou ale je, že se mi podaří získat od někoho fotografie z dané akce. Každý článek ve Společnosti totiž musí doprovázet fotky.

Jak postupujete při sběru informací?

Ze všeho nejdříve nasaji atmosféru dané události. Pak najdu pořadatele a získám od nich základní informace. Rovnou s nimi proberu, jestli se na akci objevila nějaká zajímavost. Pokud ano, tak se snažím o zajímavosti nebo zajímavém člověku zjistit co nejvíce informací. Buď jdu přímo ke zdroji, nebo využiji známé, které na akci potkám. Poté, co naberu informace, tak už se věnuji focení.

Spoléháte se na organizátory společenských událostí nebo dáváte přednost vlastním zdrojům?

Rozhodně se spoléhám na pořadatele. Ne v každé obci někoho znám, a tak se musím vždy obrátit na organizátory. Ti mi sdělí základní informace. Pokud ale na událost nemohu dorazit osobně a nemohu ani sehnat kontakt na pořadatele, musím zkusit jinou cestu. Zavolám například starostovi dané obce a zjistím od něj co nejvíce informací. Popřípadě ho požádám o kontakty právě na pořadatele. Někdy se stává, že organizátoři mi nepodají přesné ani správné informace, a pak se musím spolehnout na známé, které potkám na akci.

Jak postupujete v případě, že jste dorazil na událost a organizátory se vám nepodařilo vyhledat?

To je neobvyklá situace. V takovém případě buď hledám někoho známého nebo najdu starostu a požádám ho o pomoc při hledání pořadatelů. Anebo ho rovnou požádám o informace, které o události má. Dnes mám práci jednodušší, protože spoustu informací si mohu vyhledat na internetu.

Jakou roli hrají fotografie u článků v rubrice Společnost?

Velkou. U každého textu ve Společnosti by měla být fotografie. Nejlépe ale několik. Dokreslují atmosféru a podávají obrazové svědectví o tom, jak akce probíhala. Fotografie by měly být velké, aby se tam lidé poznali nebo poznali své známé. Podle mě však už je pryč

doba, kdy si lidé kupovali noviny, aby se tam viděli. Přesto by měla být u článku fotka, aby čtenáři viděli, jak ta událost probíhala.

Fotografujete události sám?

V naprosté většině případů ano. Ale na významné a rozsáhle události, jako je například jízda králů, jezdí redaktor a fotograf. Oba mají přesně rozdělené úlohy a je pak jednodušší událost zpracovat. Týká se to významných událostí a také těch, které probíhají v neděli a je tedy málo času na jejich zpracování.

Na co se zaměřujete při fotografování událostí, o kterých se píše ve Společnosti?

Snažím se zachytit atmosféru. Soustřeďuji se také na hlavní aktéry události. U hodů například na stárky, u koštu například na šampiony. Také je podstatné zachytit dění kolem a neobvyklé situace. To už ale bývá věcí náhody, jestli se mi podaří zachytit nějakou neobvyklou situaci.

Jak vypadají texty ve Společnosti?

Mnohdy záleží na zadání šéfredaktora. Také je podstatné, kolik mám na text místa v novinách a jestli se mi podaří najít nějakou zajímavost. Článek tak někdy tvoří obecný text, který shrnuje základní informace o události a druhou částí je pak povídání o nějaké zajímavé osobě nebo neobvyklé situaci. Text pak doprovází více fotografií a článek tedy zabírá více místa. Texty by měly být živé a měly by také čtenáře pobavit. Proto není zadaná žádná norma, jak texty psát. Takové texty ale mohou například obsahovat nářečí nebo výrazy, které nepatří do zpravodajství. To je pro Společnost charakteristické.

Co děláte s napsaným textem?

Všechny texty ve Společnosti rozdělím na strany, které jsou určeny pro Společnost. Nakreslím pak „špígl“ pro grafiky a oni už texty graficky zpracují.

Upravujete texty, které zveřejňujete na webu?

Ne. Články nechávám ve stejném znění jako v novinách. Na web pouze vyberu jednu fotografii, která text doplní. Text nijak neupravuji.

Používáte k propagaci článků sociální sítě?

Používáme především Facebook. Na něj umisťujeme odkazy na náš web. Tedy na zajímavé články. To je trend posledních dvou až tří let. Každý redaktor podle svého uvážení zveřejňuje na Facebooku odkazy na články na webu nebo na fotogalerie. Asi rok také funguje instagramový profil týdeníku. Na něj dávají redaktoři Společnosti fotografie z událostí a odkazují na více informací v tištěné verzi DOBRÉHO DNE. K Instagramu mají přístup všichni redaktoři Společnosti, a dokonce také externisti, kteří profil také využívají. V redakci není zaměstnanec, který by se přímo specializoval na sociální sítě. Vše obstarávají sami redaktoři. Někdy to komplikuje a přiděluje práci, ale v současné době je tento postup nutný.

Kdo provádí kontrolu textů ve Společnosti?

Za texty ve Společnosti zodpovídá přímo šéfredaktor a ten také provádí závěrečnou kontrolu stran Společnosti. Pokud se vyskytne problém u textu, který psal některý z redaktorů, tak s ním ještě šéfredaktor konzultuje případné změny.

Jakými způsoby komunikujete se čtenáři?

Komunikace většinou probíhá přes e-mail. Pokud jsou s něčím hodně nespokojeni, tak mi volají na mobil, ale to týká hlavně čtenářů, které znám osobně. Hlavním komunikačním kanálem je elektronická pošta.

Ohlízíte se při tvorbě textů na připomínky a názory čtenářů?

Pokud se jedná o konstruktivní kritiku, tak ano. Někdy přizpůsobím postup práce připomínkám čtenářů, ale to jen ve výjimečných případech, když uznám, že jejich připomínka je relevantní. Například se vyhnu konfliktům tématům v dané obci a podobně.

Pavel Princ, bývalý redaktor DOBRÉHO DNE S KURÝREM

Jak dlouho jste pracoval v týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM?

Do týdeníku jsem se dostal krátce po jeho vzniku, někdy v roce 1994. Zároveň jsem tehdy pracoval pro distribuční společnost, která zajišťovala prodej novin. Ke stálé práci redaktora rubriky Společnost jsem se pak dostal v roce 2007. To už bylo v době, kdy byl týdeník zavedeným médiem na Slovensku.

Jakou pozici v rámci novin měla během vaší práce rubrika Společnost?

Z počátku se kulturní témata prosazovala jen těžko. Postupem času začalo postavení Kultury a Společnosti sílit, a když jsem začal pracovat na pozici redaktora, měla už rubrika velmi silné postavení. Pořád ale bylo vidět, že týdeník vznikl primárně jako médium, informující o dění ve sportu. Sport hrál hlavní roli i nadále a dostával přednost před kulturními tématy.

Jak probíhala komunikace mezi redaktory, kteří se podíleli na tvorbě rubriky Společnost?

Týdeník vycházel v pondělí a téměř veškerá náplň rubriky Společnost vznikala o víkendu. Komunikace proto už probíhala v redakci jen málo a většinou jsme se kontaktovali buď telefonicky nebo emailem. Během pátku jsme si s šéfredaktorem stanovili, kam pojedeme a které akce půjdou do novin. V případě nejasností nebo problémů jsme komunikovali přes telefon. V neděli jsme pak víkend zhodnotili a pracovali na rubrice. Samotnou tvorbu už jsme konzultovali osobně přímo v redakci.

Kdy probíhaly porady?

Porady probíhaly pravidelně ve středu dopoledne. Na poradě se rozhodila témata do Zpravodajství a Sportu a Kultury. To zabralo podstatnou část porad. Společnost přicházela na řadu až naposled a někdy zůstávala otevřená. Témata do Společnosti se pak plánovala s ohledem na víkendový program. Takže často bylo v náplni rubriky jasno až během pátku. Porad se účastnili všichni redaktoři, kromě externistů.

Jaká témata spadala do rubriky Společnost?

Hlavní náplní byly samozřejmě společenské události. Jednalo se hlavně o plesy, hody, různá setkání pamětníků, karnevaly, soutěže, koncerty a mnoho dalších. Některé akce se nacházely na pomezí společenské a sportovní události. U takových témat převažovala spíše společenská stránka a událost se tak objevila v rubrice Společnost.

Jak probíhal výběr těchto témat?

Většinou v pátek jsme už měli v redakci před sebou seznam událostí, které se odehrávaly o víkendu. Hlavní slovo při jejich vývěru měl šéfredaktor, který také rozdělával, který redaktor pojedje na kterou událost. Někdy probíhal proces výběru přímo v redakci, ale

stávalo se, že jsem byl v terénu a na konkrétní podobě víkendového rozvrhu jsme se dohodli přes email. Některé události měli v novinách stálé místo. Jednalo se o pravidelně se opakující události jako je například Jízda králů ve Vlčnově nebo ples města Uherského Hradiště. Takovéto události jsme pokrývali se samozřejmostí. Velkou roli při výběru také hrálo, zda do redakce přišla pozvánka na událost.

Podílel jste se na výběru témat do rubriky Společnost?

Hlavní slovo při výběru měl šéfredaktor Pavel Paška, ale vývěř jsme konzultovali společně.

Přicházel jste na porady s vlastními náměty na témata do Společnosti?

Někdy jsem například obdržel osobní pozvání na nějakou událost a pokud mi přišla dostatečně zajímavá, prosadil jsem si její místo v novinách. Nešlo to ale vždy.

Upřednostňoval jste práci přímo v terénu nebo tzv. od stolu?

Vytváření této rubriky od stolu příliš nejde. Texty doprovázelo vždy několik fotografií, a tak jsem na události vždy jezdil osobně. Někdy však byl program tak nabitý, že jsem musel zvolit druhou variantu. V tomto případě jsem spoléhal na čtenáře, se kterými jsem byl v kontaktu a kteří byli ochotni mi poskytnout fotografie a nějaké informace o události. Text jsem pak sestavil v redakci a připojil získané fotografie. Ale vždy bylo lepší, pokud jsem na události přímo byl. Díky tomu jsem si také mohl určit, co budu fotit a o kom nebo o čem budu psát.

Jak jste postupoval při sběru informací?

Na nějakou důkladnou přípravu nebylo příliš času, a tak jsem volil téměř vždy stejný postup. Přijel jsem na akci, vyhledal organizátory a požádal je o základní informace. Poté jsem se zaměřil na zajímavosti, které se na události vyskytly.

Spoléhal jste se na organizátory společenských událostí nebo jste dával přednost vlastním zdrojům informací?

Vždycky jsme vyhledal organizátory události a získal od nich informace. To bylo důležité, protože jsem musel zjistit, zda neproběhly změny v očekávaném programu. Samozřejmě bylo snazší pokud jsem znal přímo organizátory nebo někoho, kdo akci navštívil.

Jakou roli hrála fotografie u článků v rubrice Společnost?

Fotky dokládaly dění na akci a zároveň si lidé noviny kupovali kvůli tomu, že se třeba viděli na fotce nebo tam viděli někoho známého. V době, kdy se sociální sítě používali jen zřídka, chtěli se lidé v novinách vidět, bylo jim to vzácné, a tak se noviny i lépe prodávaly.

Fotografoval jste události sám?

Ano, měl jsem k dispozici vlastní fotoaparát, na který jsem byl zvyklý a uměl jsem s ním zacházet. Proto jsem mohl události fotit sám.

Na co jste se zaměřoval při fotografování událostí?

Nejčastěji jsem se zaměřoval na dění na akci. To znamená snažil jsem zachytit to, co bylo na akci hlavní. Například na hodech to byly stárce, na koštu třeba vítězové. Záleželo na konkrétním typu akce. Přednost jsem dával momentkám před strojenými fotografiemi. To mi přijde daleko přirozenější.

Jak vypadly texty ve Společnosti?

Text jsem sestavoval tak, aby byl živý a vtipný. Aby lidi pobavil a zároveň informoval. Nevyhýbal jsem ani nářečí a slangu. Lidé takové texty v regionálních novinách očekávají.

Jak se jste postupoval po sestavení textu?

Většinou jsem ještě zpracoval a opravoval texty externistů. Pak jsem nakreslil grafikům, na kterou stranu a kam chci texty umístit. Po nich jsem ještě práci zkontroloval, ale poslední kontrolu prováděl šéfredaktor.

Jak se lišily texty v novinách a texty na webu?

Často vůbec nijak. Ze začátku se dokonce nezveřejňoval obsah Společnosti na webu. Praxe bývala taková, že jednou za týden přišel do redakce odborník na počítače a nahrál si všechna potřebná data a pak je zveřejnil na webu. Postupem času jsme začali ne web zveřejňovat i kulturní témata, ale úpravy v textech byly minimální. Někdy jsme například museli zkracovat texty do novin, ale na web jsme pak dali text v plném znění.

Používali jste k propagaci článků sociální sítě?

V žádném případě. Trend sociálních sítí se začal rozvíjet až v době, kdy už jsem redakci opouštěl. Já jsem se sociálními sítěmi ještě nepracoval.

Kdo prováděl závěrečnou kontrolu textů ve Společnosti, než šly do tisku?

To měl vždy na starosti šéfredaktor. Ten odpovídal za Společnost a kontroloval stránky před tím, než byly odeslány do tisku. Strany vždy kontroloval po graficích. Těm jsem vše připravil a oni texty a fotky upravili. Po kontrole šéfredaktorem už byly noviny rovnou odeslány k tisku.

Jakými způsoby jste komunikoval se čtenáři?

Často emailem nebo telefonem. To se ale stávalo jen málo. Většinou jsem s lidmi mluvil přímo na událostech, které jsem zpracovával. Pokud se jim ale třeba nelíbil nějaký článek, tak mi rovnou volali.

Ohlížel jste se při tvorbě Společnosti na připomínky a názory čtenářů?

Pokud už nějaké připomínky k mým textům měli, tak jsem zvážil nakolik mají ve své kritice pravdu. Většinou jsem jim ale vysvětlil, proč jsem článek napsal tak, jak jsem ho napsal.

Kolik prostoru dostávala Společnost v novinách?

Záleželo kolik prostoru nám nechali kolegové ze Sportu. Většinou jsme dostali tři až pět stran. Ale pokud například nebyla fotbalové sezóna, tak jsme zabrali i osm stran. To se stávalo výjimečně. Běžně jsme měli k dispozici čtyři strany.

Iva Pašková, vedoucí kulturního oddělení týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM

Jak dlouho pracujete v týdeníku DOBRÝ DEN S KURÝREM?

Patnáct let. Před tím jsem byla občasným přispěvatelem do kulturní rubriky. Vyhrála jsem konkurz na Čtení pro volné chvíle, kde jsem zpracovávala volnočasové čtení. Po dvou letech jsem se dostala na kulturu, kde jsem pracovala s Pavlem Paškou a dvěma externisty. Poté, co se stal šéfredaktorem, mně byla svěřena funkce vedoucí kulturní redakce. Tehdy měla kulturní redakce dva stálé redaktory na plný úvazek a několik dopisovatelů. Díky

neustálému snižování stavů pracuje v současnosti na kultuře jeden stálý redaktor a několik externistů na víkend.

Kolik prostoru dostávají kulturní témata v novinách? Bylo to dřív jinak?

Kulturní tématům jsou věnovány každý týden standardně dvě strany. Vzhledem k tomu, že má kultura na Slovácku velký záběr, je vyhledávaná a očekávaná, je potřeba aktuálně zachytit hodně událostí, bývá často rozprostřena na strany tři až čtyři. Ke kultuře velmi často patří Rozhovor týdne nebo Slovácký GEN, což je publicistické čtení o zajímavé osobnosti Slovácka. Kulturní strany našeho týdeníku byly vždy na vysoké úrovni a před nástupem internetu a sociálních sítí byly jedny z nejvyhledávanějších na kulturním poli se záběrem od Zlína po Veselí nad Moravou. Dodnes nabízí exkluzivní pozvánky, soutěže o volné lístky, reportáže a rozhovory jak s nejlepšími umělci české kulturní scény, tak hvězdami světových jmen. Byly také jediné, které se zabývaly rockovou muzikou a bigbitem, o který je na Slovácku velký zájem.

Jak spolu souvisí rubrika Kultura a rubrika Společnost v DOBRÉM DNI?

Vzhledem k tomu, že náš týdeník vychází v pondělí, čtenář má možnost si přečíst kulturní pozvánky na události během týdne, ke kterým se v následujícím čísle vážou fotoreportáže na stranách Společnosti.

Jak probíhá komunikace mezi redaktory Kultury a Společnosti?

Ve středu na hlavní poradě bývají nastíněny nejdůležitější události týdne. V pátek pak s šéfredaktorem řeším, které události by bylo dobré podchytit a domlouváme se konkrétně, kdo na jaké akci bude pracovat.

Píšete články i do Společnosti?

Ano. Nejdůležitější události, na kterých nám redakčně záleží, zpracovávám já, šéfredaktor a stálý redaktor Společnosti. Zbytek se rozděluje mezi externisty a případné „dopisovatele“.

Jak se liší texty v Kultuře a ve Společnosti? Jak tomu bylo dřív?

Na kultuře se píše „květnatějším“ zprávařským jazykem. Tak, aby bylo čtení kulturních stránek pro čtenáře přínosem. Buď aby je pozvánka na akci nalákala, nebo když se nemohou dostavit, aby si dokázali představit, jak bude představení, koncert či premiéra

folklorního souboru vypadat. Na Společnosti se držíme buď klasických foto reportáží a dvacetimetrovým popisem toho nejzajímavějšího, nebo naopak „žoviálně“ s nadhledem, tak aby reportáž čtenáře zaujala. Dříve byla Společnost čtenáři doslova hltána. Dnes ji sociální sítě a povrchní rychlý život lidí, kteří nemají čas kupovat a číst tištěné noviny velmi upozadili.

Co je rozhodujícím faktorem pro výběr témat do Kultury? Vybírala se témata do Kulturní rubriky dříve jinak?

Vždy se jedná o nejdůležitější události v regionu. Na mnoho z nich máme mediální partnerství, z čehož plyne klasická trojkombinace – anotace, pozvánka, soutěž a případná fotoreportáž na stranách Společnosti. Dnes je už automatické, že všechny záležitosti jsou provázány s webem a sociálními sítěmi. Výběr je však přibližně stejný. Dříve se možná šlo častěji blíže k lidem. Zpracovávaly se svatby osobností regionu, narození dětí, úspěchy na kulturním poli, legrace i recese konkrétních lidí. Dnes je v rámci zákona na ochranu osobnosti s lidmi trochu problém a události, na které nás osobnosti pozvou, vyjdou dříve než v novinách na sociálních sítích. V poslední době také hodně rozhoduje, která událost nás nejvíce prodá.

Dáváte přednost práci přímo v terénu nebo upřednostňujete práci tzv. od stolu? Bylo to dřív jinak?

Určitě v terénu, protože je opravdovější a upřímnější. Od stolu takřka nikdy nevznikne článek, který má jiskru. Ale bohužel praxe je taková, že redaktori jsou z časových i finančních důvodů nuceni psát od stolu. Práce redaktora před patnácti lety a dnes narostla o sto procent, a tím se stává povrchní. Trpí jak články, tak vztahy na pracovišti. A aby člověk napsal články tak, aby byl spokojený, stojí to opravdu velké úsilí a spoustu času.

Jaké zdroje informací používáte? Měnila jste časem váš postup sběru informací?

Zdrojem jsou nejrůznější mediální partnerství se všemi kulturními institucemi v regionu, nesmírně důležité jsou osobní vazby s organizátory, vedoucími souborů, umělci, managery, provozovateli, promotéry a podobně. Dříve bylo všechno jen na emailové komunikaci, zdrojem byly často informace po telefonu, v knihovnách, archivech a podobně. Dnes se vše řeší pomocí internetu a sociálních sítí.

Podílíte se na rozhodování, o kterých událostech bude referovat Společnost?

Samozřejmě. Ve středu dopoledne je velká redakční porada všech redaktorů, při které se nastíní témata, která se budou zpracovávat. Před páteční poradou s šéfredaktorem odladíme víkendový provoz a pak rozdělí externím spolupracovníkům akce, které navštíví a zadá způsob zpracování.

Jak se liší kulturní texty v DOBRÉM DNI S KURÝREM od textů v jiných novinách?

Snaží se jít více do hloubky, nabídnout čtenáři informace z vlastních poznatků, ne jenom slepé kopírování tiskových zpráv. V každém článku se snažíme nabídnout něco zajímavého a vyzdvihnout hlavní myšlenku události. Náš týdeník nepatří do žádné ze škatulek, které jsou vytvářena pro budoucí novináře. Stále u nás vyhrává síla regionální informace v podání, které je lidem na Slovácku blízké.

Jak probíhá komunikace se čtenáři?

Telefonicky, emailem, přes sociální sítě. Občas chodí osobně, zastavují na ulicích, starší generace píše dopisy.

Jak se změnily postupy tvorby rubriky Společnost od vašeho nástupu do novin?

Dříve se Společnost postupně vyvíjela z malého Kukátka a jedné fotostrany s pouhými popiskami. Dnes si drží stejně jako Kultura pevně danou strukturu s vysokou kvalitou, obsahuje veškeré dění na Slovácku, jako jsou premiéry divadel, folklorních souborů, důležitých koncertů, akademií, festivalů, rockové a bigbítové události, koštů, karnevalů, plesů a zajímavých událostí, které provází každodenní život lidí na Slovácku.

Jakou roli hrají fotografie u kulturních článku v DOBRÉM DNI?

Velkou. Když je u pozvánky na kultuře fotografie, daleko více zaujme, protože jsou vybírány fotografie napasované přímo na téma.

Používáte při své práci sociální sítě? Které to jsou a jak je používáte?

Používám hlavně Facebook a Instagram. Snažíme se skrze tyto sociální sítě oslovit mladou generaci. Na facebookovou stránku umísťujeme odkazy na náš web a na Instagramu zase zveřejňujeme online fotografie z dané společenské události.