Filozofická fakulta Univerzita Palackého v Olomouci
Katedra mediálních a kulturálních studií a žurnalistiky

Změna fungování online sportovních redakcí v období koronavirové pandemie

Magisterská diplomová práce

Bc. Vojtěch Gawlas

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Karel Páral, Ph.D.

Olomouc 2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto magisterskou diplomovou práci vypracoval samostatně a použil jsem literaturu a prameny uvedené v bibliografii. Práce má 192 582 znaků (včetně mezer).

V Olomouci dne 5. 12. 2022

……

Vojtěch Gawlas

Poděkování

Rád bych na tomto místě poděkoval panu Mgr. et Mgr. Karlu Páralovi, Ph.D. za vedení práce, připomínky, ochotu a odborné rady při konzultacích, kterými přispěl k vypracování této magisterské diplomové práce. Dále bych chtěl poděkovat všem respondentům, kteří byli velice ochotní a vyhradili si i při svém náročném pracovním programu čas na rozhovor, bez něhož by práce nemohla vzniknout. V neposlední řadě chci poděkovat své rodině, která mě během celého studia vytrvale podporovala, a rovněž nejbližším přátelům, kteří mi byli oporou. Obzvlášť bych chtěl poděkovat Barboře Adamové, bez jejíž podpory by tato práce nevznikla.

Abstrakt

Tato magisterská diplomová práce se zabývá dopadem zavedených protiepidemických opatření v návaznosti na propuknutí pandemie nemoci covidu-19 na fungování online sportovních redakcí šesti vybraných médií. Hlavním cílem je zjistit a přiblížit, jak se proměnily pracovní rutiny sportovních novinářů a celkové fungování sportovních redakcí, a jaké změny v pracovních rutinách, vzniklé v období pandemie, se zachovaly do současnosti. Práce, která je rozdělena na tři části, úvod je věnován teoretickým východiskům z oblasti fungování online médií a novinářům v nich působícím, mediálním rutinám a krizové žurnalistice. V úvodní části je také popsán stručný průběh pandemie covidu-19. Druhá část práce popisuje metodologii, která je využita v analytická části, a to konkrétně kvalitativní formu výzkumu pomocí polostrukturovaných rozhovorů. Třetí analytická část reflektuje konkrétní změny pracovních mechanismů a mediálních rutin online sportovních redakcí a shrnuje výsledky výzkumu.

Klíčová slova
mediální rutiny, sportovní žurnalistika, online žurnalistika, online novinář, krizová žurnalistika, pandemie, covid-19

Abstract

This master's thesis examines the impact of the anti-epidemic measures introduced in the wake of the outbreak of the covid-19 disease on the daily routines of online sports editorial offices of six selected media outlets. The main aim is to identify and describe how the work routines of sports journalists and the overall functioning of sports newsrooms have changed, and what changes in work routines, created during the pandemic, have been preserved to the present day. The thesis, which is divided into three parts, is introduced with a theoretical background on the functioning of online media and the journalists working in them, media routines and crisis journalism. The introductory part also provides a brief description of the covid-19 pandemic. The second part of the thesis describes the methodology used in the analytical part, namely a qualitative form of research using semi-structured interviews. The third analytical section reflects on specific changes in the working mechanisms and media routines of online sports newsrooms and summarises the research findings.

Keywords

media routines, sports journalism, online journalism, online journalist, crisis journalism, pandemic, covid-19

Obsah

Úvod 7

1 Teoretický a kontextový rámec 10

1.1 Mediální organizace 10

1.2 Internetová žurnalistika 12

1.3 Specifika profese sportovního novinář v online médiu 17

1.4 Mediální rutiny ve sportovní žurnalistice 20
1.4.1 Výběr témat 22
1.4.2 Zdroje informací 24
1.4.3 Pracovní režim redakce 27
1.4.4 Tvorba mediálního obsahu 29

1.5 Krizová žurnalistika 34

1.6 Periodizace období pandemie covidu-19 41

2 Metodologie 44

2.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky 44
2.1.1 Reflexe výzkumníka 45

2.2 Kvalitativní výzkum 46

2.3 Polostrukturované rozhovory 47
2.3.1 Specifika vedení rozhovoru online 50
2.3.2 Témata a otázky 51

2.4 Trajektorie výzkumu 54

2.5 Výzkumný vzorek 55

3 Analytická část 59

3.1 Proměna pracovních mechanismů 59
3.1.1 Pracovní režim redakcí v těsném období před zavedením nouzového stavu a po něm 59
3.1.2 Proměna pracovního režimu po zavedení nouzového stavu 62
3.1.3 Proměna vnitřní komunikace v redakci 65

3.2 Proměny tvorby mediálních obsahů 68
3.2.1 Proměna výběru témat 69
3.2.2 Zdroje informací 72
3.2.3 Proměna tvorby obsahu 73

3.3 Proměna role sportu z pohledu sportovních novinářů7 74

3.4 Proměna pracovních mechanismů a redakčních rutin z pohledu současnosti 78

Závěr 84

Seznam zkratek 87

Zdroje 88

Literatura 88

Internetové zdroje 92

Prameny 99

Seznam příloh 100

Přílohy 100

Úvod

Přes dva a půl roku ve větší či menší míře ovlivňuje pandemie nemoci covid-19 různé oblasti našeho života. Počáteční fázi strachu a paniky v prvním období pandemie v jarních měsících roku 2020, u které bylo signifikantním bodem zavádění protiepidemických opatření napříč společností, postupně vystřídala fáze adaptace na nastalou situaci, která, vzato z pohledu podzimu 2022, kdy byla tato práce tvořena, v posledních měsících přešla alespoň u části společnosti do stádia ignorace možných problémů, jež nemoc představuje. V této diplomové práci je však brán zřetel především na první rok pandemie, kdy byla nemoc covid-19 jako celospolečenské téma stěžejní a ovlivňovala každý aspekt našeho života.

Za signifikantní okamžik lze označit zavádění prvních preventivních protiepidemických opatření v jarních měsících roku 2020, jimž se nevyhnula ani média. Prakticky ze dne na den se proměnily ustálené pracovní rutiny napříč mediálními odvětvími. Zároveň měl tento krizový stav, ve kterém se společnost nacházela, za následek zvýšený zájem o nejaktuálnější informace, jež zprostředkovávají především televize a online média (Mediář 2020a). Právě to bylo také důvodem rekordního zájmu o zpravodajský obsah zaměřený na politická a zdravotní témata. Pandemie však poznamenala i každodenní fungování dalších novinářských specializací, a to především s ohledem na rušení všech společenských událostí. Výjimku netvořil ani sportovní segment žurnalistiky, který z důvodu stále se zhoršující epidemické situace po celém světě a na to navázaných opatření jednotlivých vlád, postupně přicházel o možnost referovat o aktuálních sportovních událostech, na nichž tato žurnalistická profese stojí. Mediální organizace se tak dostaly do bezprecedentní situace – na jedné straně čelili zvýšenému zájmu společnosti o aktuální zpravodajství, na straně druhé byly vystaveny otázce, jak se s ní vypořádat v redakcích, které nemají primárně zpravodajský charakter, nebo jejich zpravodajská činnost nespadá do oblasti zájmu veřejnosti v době krize – v tomto případě právě sportovní žurnalistika.

Tato diplomová práce si klade za cíl zjistit a přiblížit, jak se proměnilo každodenní fungování největších sportovních online redakcí z pohledu pracovních mechanismů a rutin, co na tyto změny mělo největší vliv a tyto faktory dál zasadit do kontextu. V zájmu této práce bude rovněž zjistit, jak samotní sportovní novináři vnímali svou pozici

v krizové době, kdy bylo zakázáno pořádání sportovních událostí, o kterých byli zvyklí referovat.

K těmto zjištěním bude využito kvalitativního výzkumu formou polostrukturovaných rozhovorů, jež se vyznačují definováním cíle rozhovoru i jeho předem připravenou osnovou. Zároveň polostrukturovaný rozhovor poskytuje výzkumníkovi pružnost v procesu sběru informací, což u tohoto tématu, jemuž se v odborných publikacích doposud nevěnovala taková pozornost, umožní v průběhu rozhovoru reagovat na zjištěné informace od respondentů, a dopátrat se tak k hlubšímu poznání a popisu zkoumané situace (Adams, 2015).

Jako vzorek pro výzkum bylo vybráno šest sportovních online médií: Aktuálně.cz, ČTSport.cz; Deník.cz; iDNES.cz; iSport.cz a Sport.cz. Do výzkumu bylo pro rozhovor vybráno z výše uvedených médií celkem dvanáct respondentů, po dvou z každého média. Z nich vždy jeden z konkrétní mediální organizace (dané sportovní redakce) zastává aktuálně roli ve středním managementu (editor, šéfeditor, šéfredaktor) a druhý roli redaktora. Zároveň byl při výběru respondentů zohledňován fakt, zda ve vybrané sportovní redakci oslovení novináři působili již před koronavirovou pandemií. Tato podmínka byla důležitá pro zohlednění rozdílů v pracovních mechanismech a změně rutin, jež pandemie vyvolala.

Překládaná práce bude rozdělena do tří částí. První kapitola bude věnována teoretickým východiskům vztahujícím se k fungování mediálních organizací, specifickým aspektům online žurnalistiky, především pak té sportovní, charakteristice redaktorů, již v takových redakcích působí a mediálním rutinám ve sportovní žurnalistice. Z mediálních rutin se zaměřím na výběr témat, zdroje informací, pracovní režim a tvorbu mediálního obsahu s podkapitolou o mediální konvergenci. V teoretické části práce bude rovněž uvedena charakteristika krizové žurnalistiky a závěr této kapitoly bude obsahovat stručný popis vývoje onemocnění covidu-19 v České republice, a to do poloviny roku 2021.

Druhá kapitola práce bude věnována podrobnějšímu popisu metodologie výzkumu. Jak již bylo uvedeno, ke zkoumání bude využita kvalitativní metoda, konkrétně polostrukturované rozhovory. Budou zde uvedeny charakteristické prvky včetně výhod a nevýhod zvolené metody, a to i vzhledem k plánovanému vedení rozhovorů online formou, dále pak budou definována témata, kterými se budu při rozhovorech zabývat, a osnova otázek.

Poslední část této práce bude zaměřena na analýzu výpovědi informantů z provedených rozhovorů. Analytická část bude pro lepší přehlednost rozdělena do čtyř částí, jež budou zaměřeny na: 1) proměnu pracovních mechanismů, které protiepidemická nařízení v redakci i ve společnosti vyvolala; 2) proměnu tvorby mediálních obsahů z pohledu výběru témat, zdrojů a zisku informací a samotné tvorby obsahu; 3) proměnu role sportu z pohledu sportovních novinářů; 4) fungování sportovních redakcí dnes, tedy „pokoronavirové“ období.

Přestože se především zahraniční autoři již zabývali tématem vlivu pandemie covidu-19 na mediální rutiny (např. Lopéz, Álvarez a Ceide 2020 nebo Finneman a Thomas 2021), autorovi této práce se nepodařilo dopátrat takových studií, jež by reflektovaly dopady na sportovní online redakce. Nejblíže se tomuto tématu ve své diplomové práci věnoval Lukáš Bukovjan (2022), který se zaměřil na dopad protiepidemických opatření v souvislosti s onemocněním covid-19 na sportovní televizní vysílání. Bukovjanova práce byla proto pro mě jistou inspirací pro to, abych rozšířil doposud málo popsané změny, které se, jak předpokládám, během pandemie covidu-19 udály ve sportovních redakcích v v jedné z nejrychleji se transformujících oblastí, jež představuje právě online žurnalistika.

1 Teoretický a kontextový rámec

V teoretické části práce představíme kolekci definic jednotlivých konceptů či teorií, které následně budeme využívat při výzkumu a analýze. Jednotlivé podkapitoly budou zaměřeny na teoretické ukotvení dílčích oblastí.

1.1 Mediální organizace

Pod pojmem mediální organizace Valček (2011, s. 199) označuje organizované jednotky, díky nimž mají novináři zajištěné podmínky pro tvorbu zpráv a jejich masovou distribuci. Jsou to složité organizační celky s propracovanou hierarchií odpovědností a pravomocí a s vysokou dělbou práce (Jirák, Köpplová 2007, s. 74). Reifová a kol. (2004, s. 174) popisuje mediální organizaci jako prostředí, jehož vlastnosti determinují podmínky vzniku mediálních obsahů. Mezi ty nejpodstatnější podmínky ovlivňující registraci událostí a jejich další zpracování na mediální obsahy představují:

- ekonomické zájmy mediální organizace;
- vnitřní mediální rutiny;
- dělbu práce v mediální organizaci;
- časový harmonogram práce mediální organizace;
- cíle mediální organizace.

Jako ekonomické zájmy budu v této práci chápat zájmy vedoucí k finančním ziskům a celkovému růstu mediální organizace. Vnitřním mediálním rutinám budu rozumět jako soustavě pravidel, vzorců jednání, zpravodajských organizací, které usnadňují zpracování velkého množství informací v časové tísni[1] (Trampota 2006, s. 55). Byť se to recipientům obsahu nemusí jevit jako zřejmé, většina obsahu, jež mediální organizace nabízí, není výsledkem individuální činnosti, nýbrž výsledkem fungování organizace jako celku a jejího postavení ve společnosti[2] (Jirák a Köpplová 2015, s. 142). Proto budu pod dělbu práce zahrnovat právě rozdělení výkonu práce v redakci.[3] Časový harmonogram práce bude v této práci představovat rozdělení dne z hlediska vyžadovaných úkonů – například pravidelné porady nebo uzávěrky. Cíle mediální

[1] Více o mediálních rutinách v kapitole 1.4.

[2] Ruβ-Mohl (2005, s. 151) uvádí, že tyto organizace kromě redakce stojí na dalších čtyřech pilířích – technice, distribuci, inzertním oddělení a správě, jež zahrnuje personální oddělení nebo účtárnu.

[3] Takové členění mediální organizaci umožňuje efektivně řídit postupy práce a zároveň kontrolovat, zda a případně jak pracovníci postavení níže v hierarchii organizace naplňují představy média (Trampota 2006, s. 48).

organizace Reifová a kol. (2004, s. 174) definuje jako *„sumu představ o účelu existence organizace“*. McQuail (2009, s. 291) rozděluje mediální organizace vzhledem k jejich cílům na utilitární a normativní. *„Cílem utilitární organizace je za úplatu vytvářet nebo poskytovat zboží či služby, kdežto cílem normativní organizace je především podpora nebo uskutečňování určitých ideálů. Postavení mediálních organizací v této typologii není jednoznačné. Často u nich lze nalézt směsici utilitárních a normativních cílů a forem fungování“*. A doplňuje, že existují i taková média, která plní „idealistické“ společenské nebo kulturní poslání bez ohledu na zisk. Příkladem takových organizací jsou veřejnoprávní média, jež mají neziskové společenské a kulturní cíle (tamtéž).

Skutečnost, že mediální organizace je obvykle tvořena několika částmi, může mít za následek konflikty uvnitř organizace plynoucí z odlišných priorit a zájmů těchto oddělení (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 60). Dle Reifové a kol. (2004, s. 174) je konflikt cílů mediální organizace a vnitroorganizační soutěž mezi nositeli jednotlivých cílů dokonce chápán jako jeden z faktorů dynamiky a proměn mediální krajiny. Dá se proto tvrdit, že v mediální organizaci neustále přetrvává konflikt mezi manažerskou a tvůrčí kulturou, tedy mezi vedením a novináři. Zatímco se manažerská kultura snaží tvůrčí kulturu přimět k co nejvyššímu respektu k přání publika, tvůrčí kultury mívají sklony přistupovat k názorům a poptávce publika s despektem. Tunstall (in Reifová a kol. 2004, s. 175) má však za to, že snaha vyhovět publiku představuje cíl, na kterém se shodnou manažeři i žurnalisté, a nazývá jej cílem koaličním. McQuail (2009, s. 284) zase spatřuje hlavní napětí z opakujících se dilemat, jež spočívají v jádru výroby a přípravy. Jedná se o případný střet mezi ziskem na jedné straně a uměním nebo společenským účelem na straně druhé; další problém spočívá ve skloubení tvůrčí a vydavatelské svobody a požadavků rutinní a hromadné výroby.[4] Pro zdůraznění autonomie mezi radakční a obchodní (inzertní) části mediálního subjektu se často mluví o tzv. „čínské zdi“ (Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 152).

Pro důkladné rozlišení mezi manažerskými a tvůrčími kulturami v mediální organizaci využijeme Trampotovo rozdělení na tři úrovně hierarchie – vrcholný

[4] Mediální výrobní společnosti se často bez ohledu na „sociální, politický a kulturní rozměr“ své institucionální existence snaží minimalizovat obchodní rizika a co nejvíce zhodnotit prostředky, které vynaložily na vývoj nových produktů (Jirák a Köpplová 2015, s. 140). Proto je běžné, že *„produkt vyrobený pro jeden trh může být reformátován a prodán prostřednictvím jiného trhu“* (Doyle in Jirák a Köpplová 2015, s. 141). V praxi to znamená, že dochází k systematické „recyklaci“ mediálních produktů – např. k využívání zpravodajských materiálů současně v tisku i na webových stránkách (tamtéž).

management (majitelé a ředitelé), střední management (představovaný šéfredaktory, editory, manažery) a přední linii (složenou z redaktorů, fotografů či kameramanů) (Trampota 2006, s. 53). Napříč celou hierarchií mediální organizace se přijímají různě důležitá rozhodnutí, které pak významně (či méně významně) ovlivňují výslednou podobu mediální produkce (Jirák, Köpplová 2015, s. 143). Proto je podle Jiráka a Köpplové pro pochopení mediální komunikace důležité poznání:

1. vlastnické struktury médií;
2. způsob jejich financování[5] a
3. míry vnitřní autonomie, kterou má mediální organizace vůči okolnímu světu a která panuje uvnitř samotné instituce (tamtéž).

Ačkoliv se budeme v naší práci primárně zabývat proměnou pracovních rutin, jak je z výše uvedeného zřejmé, jednotlivé aspekty fungování mediální organizace jsou natolik provázané, že se do oblasti mého zkoumání budou neustále promítat další aspekty fungování celé mediální organizace.

1.2 Internetová žurnalistika

V současném mediálním systému označovaném jako hybridní koexistují vedle sebe média tištěná, auditivní, audiovizuální a média závislá na fungování internetu. Pro poslední zmíněná se vžilo souhrnné označení *„nová média“* (Jirků in Osvaldová (ed.) a kol. 2020, s. 118). A přestože jejich éra trvá již přinejmenším dvacet let a podnítila etablování vědeckého diskurzu zaměřeného právě na tuto etapu mediálního vývoje, dosud se nepodařilo sjednotit používané termíny a jejich definice (Jirků 2020, s. 14).

Rozpory mezi autory budí už ze své podstaty přívlastek *nová*.[6] Jednak z faktu neustálého vývoje, a tak i proměnlivosti těchto médií, jednak z četnosti používání tohoto označení, přičemž tento pojem slouží k zastřešení infrastruktur (internet), materiálních artefaktů (počítač), síťových protokolů (web), konkrétních webových služeb (Google) nebo softwarových aplikací (Macek 2011, s. 13). Je proto zcela běžné, že dochází k mísení či zaměňování tohoto pojmu s podobnými termíny – multimédia, transmédia, digitální média či konvergentní média (Jirků 2020, s. 15).

---

[5] Protože i ten se významně podílí na formování specifického chování médií.

[6] O nových médiích se také hovoří jako o médiích *interaktivních* (protože rozšiřují možnosti interakce mezi čtenářem a textem), *síťových* (protože jsou vzájemně propojovatelná do multiplexních sítí), či *digitálních*. Macek pak označení *„digitální“* pokládá za nejpřípadnější (Macek 2013, s. 19).

Antonín Pavlíček (2010, s. 11) definoval nová média skrze jejich hlavní rysy. *„Jsou založena na elektronické/digitální platformě, využívají výpočetní výkon (procesor), jsou interaktivní (reagují na podněty uživatele), podporují komunikaci, nebo přinejmenším přímou zpětnou vazbu.“* Na důležitosti elektronické/digitální platformy se shodují také další autoři, jež se nová média pokusili definovat (McQuail 2009, Reifová 2011, Macek 2011).

Mezi klíčové charakteristiky, které odlišují online média od těch tištěných, jejichž principy z velké míry převzala, lze dle Kotrby (in Pavlíček 2010) zařadit:

- **multimedialitu** představující funkční integraci textu, obrazu, zvuku, animací, videa aj, při níž dochází k užití různých médií za účelem zprostředkování informací prostřednictvím počítače;
- **asociativnost**, **víceúrovňovost** a **vícesměrnost komunikace** a **distribuce informací**, zabezpečované hypertextově a hypermediálně;
- **kolaborativnost**, tedy schopnost spolupráce ve virtuálních týmech (…), jež odstraňuje lokální bariéry, přináší možnost porovnání a výběru, a tím i konkurenci zdrojů;
- **virtualitu** umožňující vytvářet vlastní či sdílený abstraktní/virtuální prostor, se kterým pak lze manipulovat[7];
- **interaktivitu** dovolující uživateli zasahovat do procesů nebo reagovat na získávané informace;
- **komunikativnost** – komunikace nikdy nebyla jednodušší, levnější, pohotovější a přístupnější než v současnosti prostřednictvím elektronických médií;
- **globalitu** expandující komunikaci do celého světa, umožňující překonat geografické bariéry;
- **internacionalizaci**, **distribuovanost**, **diverzifikaci** a **mobilitu** umožňující spolu s interaktivitou nový způsob získávání informací bez závislosti na místě, čase a dalších podmínkách;
- **informační** a **komunikační vstřícnost a otevřenost**, která převyšuje otevřenost reálné společnosti.

[7] Vznik virtuálních společenství bez geografických a časových determinací umožňuje nový rozměr komunikace, a i nový rozměr individuality jedince.

K těmto charakteristikám Pavlíček dodává další výhody nových médií. Jsou jimi **nesekvenční přístup** k **záznamu** (random access), který umožňuje jednodušší práci s textem/audiovizuálním záznamem, **prohledávatelnost obsahu**, která je umožněna vysokým výpočetním výkonem procesorů a také transformací obsahu do digitálního kódu, a **hypertextovost**, tedy propojování textů pomocí odkazů. Čtenář tím získává možnost procházet text nelineárně, protože hypertext nemá konec ani začátek. Dalšími výhodami je **otevřenost přístupu** k těmto médiím a **anonymita**[8] (Pavlíček 2010, s. 21–26).

Přestože v této práci vycházím z předpokladu, že online žurnalistika je odlišná od žurnalistiky tradiční – na čemž se shoduje řada dalších autorů (Waschková Císařová in Čuřík a kol. 2012; Craig 2005; Bull 2012; Foust 2005) – mezi odbornou veřejností se objevují také opačné názory. Waschová Císařová (in Čuřík a kol. 2012, s. 16–17) uvádí za příklad Künga, Picarda a Towse (2008), kteří sice přiznávají, že online žurnalistika je pro uživatele přístupnější než ta tradiční, ale internet nemá podle nich tak markantní vliv na typy a formáty obsahu. Méně často podle nich vznikají nové formáty a žánry.[9] Jako druhý příklad Waschová Císařová uvádí Thorstena Quandta (in Franklin (ed.) 2009, s. 106), jenž se ve svém výzkumu zaměřil na technologické a sociální změny spojené s internetem. Quandt se domnívá, že online žurnalistika je *„v základu starý dobrý zpravodajský žurnalismus, který je podobný tomu, co známe z ‚offline' novin."*

Jak jsem již poznamenal v textu výše, principy uplatňované v online zpravodajství navazují na ty, které byly zavedeny v produkci tradičních médií, především pak v těch tištěných. Nelze však zjednodušeně tvrdit, že by docházelo k převzetí všech zaběhlých principů. Dochází k jejich modifikaci a přizpůsobování se unikátním síťovým vlastnostem. Kromě toho se v důsledku vzájemného spolupůsobení více mediálních (eko)systému mění i principy tradičních médií (Jirků in Osvaldová (ed.) a kol. 2020, s. 119).[10]

---

[8] Byť o ní sám Pavlíček pochybuje a zmiňuje tzv. pseudoanonymitu, tedy jednu z variant částečně omezené anonymity na internetu, kde jakási zprostředkovaná identita je, ovšem bez vazby na tu skutečnou.

[9] To částečně potvrzuje Čuřík (2014, s. 26), když tvrdí, že *„…online zpravodajství využívá prakticky stejné žárny jako zpravodajství v tištěných médiích, jisté žánry jsou však pro online zpravodajství specifické, některé jsou odlišné více, jiné méně – jde o online zprávu, online rozhovor a online reportáž"*.

[10] Toto vzájemné ovlivňování koexistujících médií lze nazvat remediací, kterou je možné definovat jako soubor procesů, díky jejichž spolupůsobení média, která vzniknou a postupem času se rozvíjejí, transformují podobu dalších médií, s nimiž koexistují v mediální (eko)systému (Bolter, Grusin 2000, s. 5).

Především jde o zapojení nových technologií pro vytváření zpráv. „*Fakt, že média se stále více digitalizují, je nepopiratelný. Stačí navštívit řadovou redakci kteréhokoli média – tisku, rozhlasu i televize. Žádná z nich se dnes neobejde bez počítačů, do jejichž pamětí se ve formě jedniček a nul ukládají žurnalistické produkty z osobních počítačů, laptopů, digitálních fotoaparátů, kamer, informačních agentur a internetu, aby byly pohotově připraveny k dalšímu zpracování“* (Šmíd in Kabele, Mlčoch ed. 2001, s. 213). Druhým nezpochybnitelným hybatelem je digitalizace obsahu. *„Digitalizace jako hlavní příčina konvergence postupně mění všechna elektronická média na nová média: multimediální, interaktivní, potenciálně nelineární (na vyžádání), schopná propojit masovou komunikaci s individuální komunikací. Ostatní média vede k přechodu na digitální platformy a k rozšíření jejich činnosti nebo výrazových prostředků o možnosti, které to přináší“* (Jakubowicz 2013, s. 16).

S ohledem na uvedené charakteristické prvky nových médií budu v této práci za online média považovat ta, která jsou digitální[11, 12] a podmíněná fungováním sítě Internet, kde jsou uživatelům dostupná prostřednictvím příslušných technologií.[13]

Z technologického hlediska internet jasně definoval Milan Šmíd (2006, s. 4): *„Z tohoto pohledu je internet otevřeným a globálním systémem počítačových sítí, je to síť sítí, umožňující výměnu dat používáním jednotného komunikačního protokolu TCP/IP, což je širší pojetí internetu, než jak jej vnímá široká laická veřejnost.“*

Jak jsem zmínil v úvodu této kapitoly, počátek internetu sahá hlouběji do minulosti než éra nových médií. Konkrétně do roku 1969, kdy se propojením čtyř univerzit zrodila první internetová síť – ARPANET (Peterka 1995). Ta až do přelomu 80. a 90. let sloužila pouze pro vědecké a armádní účely[14], a proto ji za online médium tak, jak jej terminologicky chápeme dnes, nepovažuji. Změna přišla se zrušením zákazu ke komerčnímu využívání

---

[11] McQuail digitalizaci vysvětluje jako převod textu do binárního kódu, díky čemuž mohou texty být vyráběny, distribuovány a skladovány. (McQuail, 2009: 150). Feldman uvádí pět klíčových bodů, jež charakterizují digitalizaci: manipulovatelnost, možnost sdílení a komprimace, zhuštěnost a nestrannost (Feldman, 1997: 4).

[12] Pojem *„digitální“* média se vyznačuje širším významovým záběrem oproti termínu *„online“* či *„internetová“* média. Je totiž možné tvrdit, že všechna online média jsou založena na principu digitálního kódování informací a dat, tedy že jsou digitální. V opačném sekvenci by už takový významový vztah však neplatil. Totiž jen některé digitální média jsou zároveň online médii – například digitální fotografie není jakkoliv závislá na fungování internetové sítě Jirků (2020, 25).

[13] Počítačů, chytrých telefonů, tabletů apod.

[14] Přestože lze mezi odbornou veřejností najít i takové autory (např. Franklin a kol. 2014, 143), kteří tvrdí, že počátek existence online médií je možné datovat právě vznikem této sítě, kvůli svému limitovanému rozšíření v žádném případě nešlo o masové médium, jehož prostřednictvím by mohla být přenášena masová komunikace.

internetu americkým Kongresem a začátkem fungování služby World Wide Web dostupné již široké veřejnosti (Musil 2003, s. 158–179). Přestože především zpočátku byl web mezi novináři chápán jako doplňkové médium a případně jako zdroj informací[15], v průběhu 90. let se situace proměnila. K platformě původně určené pro výměnu dat přibývaly s jejím masovým rozšířením další funkce – kromě zábavné, komerční a komunikační to byla funkce informační. To dovedlo do konce tisíciletí většinu amerických a evropských deníků k založení vlastního webového portálu, na němž uveřejňovaly mediální obsahy (Čermák In Osvaldová a kol. 2011, s. 109–110).

Fortunatiová (2005) tuto multiplikaci publikačních platforem vysvětluje právě na příkladu tištěných médií, jež na webu, jak jsem uvedl, působila jako jedny z prvních. Rozděluje ji do tří fází. V první fázi, kterou lze zařadit do poloviny 90. let, se na webových stránkách médií objevovaly více či méně stejné texty jako v tištěných novinách. Postupně se však média naučila využívat potenciálu internetu, a kromě překlápěného obsahu[16] se na webech (ve druhé fázi) začaly objevovat doprovodné materiály (zvukové či audiovizuální). Zprovozňovány byly také archivy. V poslední – doposud přetrvávající – fázi docházelo a dochází k maximálnímu vytěžování potenciálu webů a tvorbě obsahu nezávisle na tištěné podobě média.[17]

Tento vývoj lze vztáhnout i na tuzemská tištěná média, jež v průběhu druhé dekády devadesátých let a v první půli nultých postupně spouštěla své online mutace. Například deník Mladá fronta DNES v roce 1998 spustil svůj zpravodajský server iDnes.cz, Lidové noviny v roce 2003 začaly vydávat internetové zpravodajství na webu Lidovky.cz a v témže roce deník Právo odstartoval zpravodajský portál Novinky.cz. Rozvoj a vrůstající pokrytí internetové sítě v Česku také podnítil mediální organizace k založení ryze internetových médií bez jejich tištěné „předlohy“. Takovým příkladem je Economia, jež 1. listopadu 2005 spustila internetový deník Aktuálně.cz.

[15] Toto období se označuje jako web 1.0.
[16] V angličtině se takový překlápěný obsah označuje jako shovelware.
[17] Předstupněm těchto tří fází, kdy ještě internet nesloužil tištěným médiím jako publikační platforma, bylo zakládání webů, na nichž se objevovaly základní informace o daném tištěném médiu (Fortunatiová 2005, s. 30).

1.3 Specifika profese sportovního novinář v online médiu

Phil Andrews (2014, s. 3) označil sportovní žurnalistiku za nejlepší zaměstnání na světě pro ty, kdo milují sport. Cestování po celém světě, navštěvování nejvýznamnějších sportovních událostí, setkávání se se známými osobnostmi tváří v tvář a spoluvytváření příběhů, které sledují miliony lidí – to podle Boyla (2012, s. 1) charakterizuje současnou sportovní žurnalistiku. Sport a na něj navázaná žurnalistika je na svém vrcholu, a to především díky množství materiálů pro mediální obsah, který láká sponzory, inzerenty i předplatitele řady digitálních platforem (tamtéž). Jak ale Andrews zároveň upozorňuje, jedná se rovněž o práci velice náročnou. Znamená tlak na rychlost a dodržování termínů, nepravidelnou pracovní dobu, novináři často pracují do noci nebo o víkendech, nebo perfektní znalost sportovního prostředí, protože fanoušci poznají sebemenší nepřesnost ve zprávě (Andrews 2014, s. 1). *„Dnešní sportovní žurnalistika je psaná pro fanoušky, kteří ve většině případů vědí, jak včerejší zápas dopadl a s největší pravděpodobností už také stihli zhlédnout nejdůležitější okamžiky utkání,“* shrnuje sportovní žurnalistiku Boyle (2006, s. 40).

Považuji za důležité zmínit také skutečnost, že předchozí desetiletí byla na sportovní novináře ze strany kolegů, jenž se zabývali jinými odvětvími žurnalistiky, nahlíženo s despektem. *„Přísně vzato sport je irelevantní, nic jiného než zábava, jeho význam bledne ve srovnání například se vzděláním, s politikou, se zdravotním zabezpečením, s vědou nebo dokonce i s úvahami plánovacích komisí,“* napsal sportovní reportér listu *New York Times* Michael Shapiro. Stejný autor ale dodává: *„V jednom smyslu, který se dá mnohem hůře kvantifikovat, je sport velmi důležitý. Ve sportu se odráží celá společnost, jejíž je součástí. (…) Žádný jiný druh žurnalistiky nemůže nabídnout to, co nabízí sport – nekonečnou sérii bojů a soutěží, které nám prozrazují nekonečně mnoho o lidském bytí“* (Shapiro in Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 176).

Pro sportovního novináře je velice důležité vybudovat si dobré vztahy s hráči, trenéry a dalšími činovníky, aby se dostával k důležitým a ověřeným informacím jako první. Ve sportovní žurnalistice je i z toho důvodu obzvláště těžké najít správný poměr mezi odstupem a blízkostí. Jak připomíná Weischenberg (in Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 177): *„Lidské vlastnosti se tu projevují více než v jakékoliv oblasti, o které je podáváno zpravodajství – až po služebnost a mafiánské struktury.“*

Proměna sportovních redakcí v online médiích za poslední dvě dekády je, řečeno s jistou nadsázkou, jedna z nejmarkantnějších, co se týče žurnalistiky jako takové. *„Být*

sportovním redaktorem elektronického média bylo před deseti lety (1995) jako být zlatokopem na počátku zlaté horečky: měli jsme spoustu prostoru, jen málo omezení a jen málo lidí, se kterými bychom měli soupeřit," popsal vývoj redaktor sportovního časopisu *Sports Illustrated* Andrew Lawrence (in Reinardy a Wanta 2011, s. 241).

Jak jsem popsal v předešlé kapitole, i online média se drží mediálních mechanismů a rutin zavedených tradičními médii[18], avšak s nástupem nových technologií se nároky na (nejen) online sportovní novináře výrazně zvýšily. Důraz je především kladen na tzv. multi-skilled žurnalistiku.

Online multi-skilled novinář proto musí splňovat nejen nároky na tradičního žurnalistu (schopnost najít relevantní a důvěryhodné zdroje; získat od nich informace; kvalitně napsat/nahrát/natočit tradiční žurnalistický výstup), ale také získat multimediální (text; foto; audio; video) obsah vhodný pro online médium, zpracovat a umístit jej do online prostředí. To vše s tlakem na okamžitou uzávěrku. Takový novinář tedy sám zastává většinu specializovaných funkcí ve výrobním procesu (Waschková Císařová in Čuřík a kol. 2012, s. 18). Proto také Bull (in Čuřík a kol. 2012, s. 18) považuje online novináře za novináře 21. století, který musí schopen:

- vytvořit články pro tištěnou verzi i online a vzájemně je provázat;
- psát blog;
- editovat zpravodajství a publicistiku pro tištěné i online médium;
- nahrát rozhovor jako audio i video;
- nahrát stand-up na kameru, editovat video nebo audio určené k publikování;
- používat redakční systém;
- být aktivní ve vlastní online komunitě a moderovat její diskuse.

Waschková Císařová (in Čuřík a kol. 2012, s. 19) upozorňuje, že pokud redakce zvolí model multimediálního novináře – jednotlivce, současně je většinou potlačena tradiční funkce editora. Novinář sám vyrábí obsah a umisťuje ho do média bez mezistupně editace, což často vede k faktickým i formálním chybám v obsahu.[19] Proto s ohledem na možné přetížení multimediálního novináře – jednotlivce (a s tím související potenciální pokles kvality dodávaného obsahu) některé redakce raději volí celé multimediální týmy, ve kterých na obsahu participuje více lidí. Carl Stepp (in Čuřík a kol. 2012, s. 19) dodává,

[18] S čímž souhlasí například Craig (2005) nebo Foust (2005).
[19] Výhodou online médií je však snadnější oprava chyb.

že kromě všech zjevných a již zmíněných proměn práce online žurnalistů (např. stálá uzávěrka; multimediální schopnosti; zapojení příjemců do výroby v roli občanských novinářů) dělá online žurnalistika z editace větší zábavu: *„Téměř každá inovace dává editorům nové nástroje, aby mohli přinést publiku více a lepších informací, a to rychleji, efektivněji a dramatičtěji. Technologie zrušila limity času a prostoru, které kdysi frustrovaly novináře. Nikdy neexistovalo tolik možností, jak podpořit jasnost a dramatičnost zpravodajství i publicistiky. To dělá editaci důležitější než kdy jindy.“*[20]

To však podle výzkumu Soškové (2010), která zkoumala česká online média, vede mimo jiné editory k vyšším nárokům na novináře, kteří se musí kromě rychlého zpracování informace také naučit tuto informaci „dávkovat“ uživatelům, a k nutnosti umět pracovat s multimediálním obsahem (text, fotografie, audio, video) a vkládat jej (sami) do redakčního systému (in Čuřík a kol. 2012, s. 21). To bylo podle Bednáře (2011, s. 136–146) značnou dobu úkolem webového editora, který kromě zveřejnění článku zodpovídal také za technickou přípravu textu k publikaci, úpravu textu (tedy korekturu a editaci) a kontrolu zpětné vazby.

Média rovněž začala využívat možnosti, jež nabízí sociální sítě, jež jsou stále důležitějším komunikačním kanálem pro všechny vrstvy společnosti. Bednář (2011, s. 205) uvádí pět způsobů jejich využití:

- jako další publikační platformu mediálních komunikátů;
- jako místo zpětné vazby a komunikace s publikem;
- jako místo sebeprezentace redakce;
- jako bod agregace systému (mikrologů, odkazovacích serverů);
- jako nástroj udržení kontaktu s publikem v době, kdy publikum není k dispozici na primárním serveru.

Jak jsem již uvedl na začátku této kapitoly, úkolem dnešních sportovních médií je čtenáře, diváky či posluchače nejen informovat, ale také zaujmout a pobavit. Osvaldová a kol. (1999, s. 81) používají k tomuto fenoménu termín infotainment. Novináři se stále častěji snaží o co nejstručnější a nejjednodušší zpravodajské sdělení ve snaze o zdůraznění zábavy a rozptýlení publika. Často proto dochází k upozaďování relevantních informací, v krajních případech lze až hovořit o *„směšování reality a fikce,*

[20] Jako příklad lze uvést možnost editace titulků takových článků, které nemají vysokou čtenost, a tak redakce tímto způsobem mohou testovat jejich „efektivitu“

záměrnému zasahování do informace, aby byla přitažlivější, přednost dostávající" (tamtéž).

Děkanovský (2008, s. 36) v souvislosti s mediální prezentací sportu uvádí střet dvou na první pohled protikladných aspektů, které se však na druhý pohled doplňují, a v konečném důsledku vedou k uspokojení divácké poptávky. Prvním z nich je autenticita sportovního výkonu – diváci naživo sledují utkání, závod či soutěž, vnímají úsilí sportovců, jejich schopnosti i jejich reakce a emoce. Důležité je však podotknout, že vše, co sledují, se vyznačuje vysokou mírou pravděpodobnosti. Druhým aspektem je zájem o lidské příběhy. Kulturní teorie tvrdí, že se *„pokoušíme světu porozumět především prostřednictvím příběhů. Život kolem nás se neřídí vědeckou logikou příčiny a následku, nýbrž logikou příběhu"* (tamtéž). Spojením obou těchto aspektů získáváme příběh, jenž je pro mediální recipienty atraktivní.

1.4 Mediální rutiny ve sportovní žurnalistice

Novinářská práce je na jedné straně tvůrčí činností, na straně druhé vzniká v rámci hierarchizované organizace s pravidelně se opakujícími procesy produkce, kterými se novinář musí řídit. Zároveň probíhá v neustálém časovém tlaku uzávěrek, a aby ji novináři zvládli, musí být rutinizována (Trampota 2006, s. 55). Od toho jim slouží tzv. mediální rutiny, které Wilson Lowrey v *Encyklopedii komunikace* definuje jako *„opakované praktiky a formy které žurnalistům ulehčují plnit úkoly v nejistém světě, kde pracují v rámci produkčních omezení"* (2015, s. 407).

Jirák s Köpplovou (2007, s. 76) doplňují, že *„rutiny se projevují ve všech typech činnosti médií a při výrobě všech typů produktů."* Přestože se zpravodajství může jevit nenaplánovatelné, jelikož se musí vyrovnávat s neočekávanými událostmi, je to pravda jen z menší části. Má totiž řadu zažitých způsobů, jak mediální agendu zpracovávat a jak zprávy „nasbírat" (Burton a Jirák 2003, s. 110).

O rutinách, tedy zažitých způsobech, jak vyrábět žurnalistické materiály, a také o organizaci práce v mediální organizaci rozhoduje redakční management (Čuřík a kol. 2012, s. 159). Dalším významným podnětem k ustavování rutinních postupů je existence uzávěrek, tedy pevně dané termíny dokončení určité práce či jejich částí. Mediální produkce je sledem navazujících úkonů, které dohromady tvoří složitý řetězec, jehož fungování závisí především na co největší pravidelnosti. Pomocí uzávěrek a dalších mediálních rutin si mediální organizace strukturují čas a prostor, aby si dokázaly udělat

časový plán práce, vytvořit si zpravodajské sítě, definovat postupy práce, a vytvořit si tak řadu pracovních technik, jež hrají důležitou roli při tvorbě mediálních sdělení (Čuřík a kol. 2012, s. 159). Proto Ruβ-Mohl označuje zaběhnuté produkční postupy za cenný „neviditelný" kapitál dané organizace a vysvětluje tím také skutečnost, proč jsou některé redakce *„nesmírně konzervativní a vůči změnám odolné organizační struktury"* (Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 197). Shoemakerová a Reese (in Trampota 2006, s. 55) uvádějí, že rutiny pomáhají mediálním organizacím vypořádat se se třemi důležitými otázkami:

- Co je přijatelné pro publikum?
- Co je schopna mediální organizace zpracovat?
- Jaký surový materiál má organizace k dispozici od dodavatelů (zdrojů)?

Každá rutina je tak více či méně provázaná s jednou z těchto tří otázek a podle potřeb, které naplňuje, může být blíž jednomu z vrcholů pomyslného trojúhelníku: mediální organizace – zdroje – publikum (Trampota 2006, s. 55). Díky (nýbrž ne výhradně) sociálním sítím je dnes pro novináře zároveň snazší než kdykoliv předtím získat od recipientů mediálního obsahu zpětnou vazbu. S růstem interakce mezi podavateli a příjemci sdělení rovněž souvisí skutečnost, že dnes publikovaný mediální obsah se rychleji upravuje vzhledem ke specifickým požadavkům konkrétního publika (Jirák a Köpplová 2003, s. 145).

Přestože rutiny zaručují, jak jsem výše uvedl, že se média chovají předvídatelným způsobem, v případě přílišné rutinizace mediálních produktů to může mít pro novináře rovněž negativní důsledky. Hrozí jim snížená schopnost flexibilně reagovat na překvapivé a neočekávané události nebo možnost zneužití profesionálními komunikátory a PR agenturami kvůli předvídatelnému jednání médií (Trampota 2006, s. 57). V krajních případech rutinizace zpravodajství může dojít k situaci, již Bantz označuje jako „montážní linku zpravodajství", v níž je produkce zpráv podobná tovární výrobě (tamtéž).

Shoemakerová a Vos (in Jirků 2020, s. 31) upozorňují, že s nástupem i rozvojem nových médií a se změnami ve vztazích mezi podavateli a příjemci, které tento vývoj zapříčiňuje a které dopadají i na mediální komunikaci, dochází k oslabování platnosti tradičního vymezení mediálních rutin. Přibývají další rutiny, které souvisejí s nově vznikajícími vazbami mezi podavateli a příjemci. Mediální rutiny už navíc nelze dle autorů omezovat pouze na mediální pracovníky – jsou totiž využívány i ostatními

subjekty vstupujícími do mediální komunikace, které dříve měly jen limitovanou možnost podílet se na komunikaci tohoto typu (tamtéž). Jak uvádí Westlund a Ekström (2020, s. 86), rutiny jsou ovlivňovány jak zaváděnými technologiemi, tak zapojováním příjemců do žurnalistické produkce.

1.4.1 Výběr témat

Výběr událostí a témat, které obecně to či ono médium zpravodajsky pokryje, je velmi komplikovaný proces, který ovlivňují nejrůznější okolnosti – od osobnosti redaktora či editora, přes technické možnosti zpracování až po zájmy mediální organizace (Burgr in Čuřík a kol. 2012, s. 123). Pro to, aby se témata a události dostaly k mediálnímu zpracování, musí vykazovat určitou zpravodajskou hodnotu.[21] Jirák (in Reifová a kol. 2004, s. 76) ve *Slovníku mediální komunikace* zpravodajské hodnoty definuje jako *„všechny znaky, které rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství; vlastnosti extramediální události, které určují pravděpodobnost toho, zda událost projde branou médií a bude převedena na zprávu a dále jako taková mediována. Hodnota zpravodajská je rys (rysy) událostí nebo akcent (akcenty) v selekci, sestavení a zpracování zprávy, které jsou v daném období a v daném sociálním a kulturním prostředí (popř. univerzálně) médii akceptovány jako převažující, pro zpravodajství typické či žádoucí. Jsou tedy v daném kontextu pokládány za směrodatné pro produkci typických, resp. přijatelných zpráv.“* Shoemakerová a Reese (1996, s. 171) řadí mezi zpravodajské hodnoty:

- **Důležitost a význam** – Důležitost události se měří v šíři jejího dopadu, tedy kolik životů ovlivní a jaký na ně bude mít dopad. Důraz se samozřejmě klade na činy mocných lidí, kteří svými rozhodnutími ovlivňují životy druhých
- **Konflikt a kontroverze** – Ze své podstaty je konflikt zajímavější než harmonie. Navíc konflikty a spory nás upozorňují na problémy, které by se měly řešit. Právě proto Burnsová považuje v dnešních médiích konflikt za nejdůležitější zpravodajskou hodnotu (Burns 2004, s. 63).
- **Neobvyklost** – Zvláště sportovní události jednoho dne budou podobné jako události dní dalších. Proto se při vybírání zpráv novináři zaměřují na výjimky,

[21] Pojem zpravodajská hodnota (news value) poprvé použil Walter Lippman v roce 1922. Za zpravodajskou hodnotu považoval jednoznačnost události, překvapení, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt. Tématem zpravodajských hodnot se zabývala řada autorů. V 60. letech 20. století to byl Johan Galtung s Marií Rugeovou, v 70. letech na ně navázal Winfried Schulz, v 90. letech Harley či McQuail.

které tyto rutiny nabourávají. Zvláště od zavádění restriktivních opatření s ohledem na nemoc covid-19 se sportovní zpravodajství posunulo od klasického informování z každodenních sportovních událostí k zcela odlišné formě.

- **Lidský zájem** – Lidé se často zajímají i o věci prakticky nesouvisející s vlastním životem. Jde především o život známých sportovců, jejich soukromí a lidská dramata. Jak upozorňuje McNair (2004, s. 80) *„takoví lidé jsou kvůli svému postavení automaticky zajímaví, dokonce i když nedělají nic, co by se dalo racionálně nebo statisticky považovat za odchylku od normy.“*
- **Včasnost** – Jedním z rozhodujících faktorů zpráv je jejich aktuálnost. S omezenou pozorností se lidé chtějí věnovat především takových událostem, které se právě dějí. To souvisí s vývojem technologií, které umožnily události bezprostředně sledovat v reálném čase např. skrze sociální sítě.
- **Blízkost** – Události, které se dějí poblíž, považujeme často za zpravodajsky hodnotnější než události nám (geograficky) vzdálené. Téma covidu-19 před propuknutím pandemie se v českém sportovním zpravodajství objevovalo jenom výjimečně. To se proměnilo jednak prvními případy v Evropě a následně dramaticky se zavedením restrikcí.

Další hodnotou, kterou doplňuje Burnsová k výčtu Shoemakerové a Reese je **relativita**. Dle ní je to zároveň nejsložitější a nejsubjektivnější zpravodajská hodnota. Tato hodnota je zvláště ovlivněna samotným sdělovacím prostředkem. Noviny sice mohou tisknout barevné fotografie, ale video zveřejněné v online prostoru dokáže mnohem lépe zachytit atmosféru sportovního utkání (Burns 2004, s. 64). Při vytváření těchto hodnot bylo důležité brát v potaz zájem a pozornost publika, protože i kdyby média mohla přenášet vše, co se daný den odehrálo, obsah zpráv by nebyl ani zajímavý ani užitečný (Shoemaker a Reese 1996, s. 171).

Proces výběru událostí k dalšímu zpracování do podoby zpráv nazýváme gatekeeping. Jedná se o proces, v němž člen[22] mediální organizace rozhoduje na základě zpravodajských hodnot o výběru událostí a témat, které budou zpracovány na mediální obsah (Škodová in Reifová a kol. 2004, s. 70). Gatekeepeři nevybírají pouze zprávy, ale rozhodují také o tom, jakým způsobem bude téma zpracováno (reportáž, rozhovor,

[22] Tzv. gatekeeper.

zpráva…) (Burton a Jirák 2001, s. 248). Čuřík proto dodává, že *„dobrý reportér tedy musí umět nejenom dobře psát, ale rovněž aktivně vyhledávat důležitá a zajímavá témata“* (Čuřík a kol. 2012, s. 160). Stále častěji se v současných mediálních organizacích můžeme setkat se situací, kdy roli gatekeepera neplní v rámci redakce pouze jeden její člen (např. šéfredaktor, šéfeditor), ale na základě vzájemné kooperace se na gatekeepingu podílí více členů.

Takřka neomezený rozsah internetového zpravodajství a možnost propojení (prolinkování) obsahu[23] umožňuje novinářům v online médiích prostřednictvím úzké specializace na témata uspokojit široké spektrum uživatelů (Waschková Císařová in Čuřík a kol. 2012, s. 22). V takovém případě je ale nutné, aby redakce dobře znaly své čtenáře. K tomu využívají detailní statistické nástroje, které jim odhalí návštěvnost, čtenost a další pro ně zásadní statistiky, se kterými vedení mediální organizace může dále pracovat. Stále důležitějším ukazatelem je i počet reakcí na mediální výstup. Může se jednat například o počet příspěvků v diskuzi na webu nebo počet e-mailů, které redakce dostane ke zveřejněnému obsahu. Stále důležitější je však dosah příspěvku na sociálních sítích, se kterými velká část médií již každodenně pracuje. Publikováním svého obsahu může médium získat za velmi krátký čas velké množství (nových) čtenářů, a zvýšit tak i návštěvnost svých webových stránek (Craig 2005, s. 67).

1.4.2 Zdroje informací

Stejně jako volba témat i zdroje online žurnalistiky vychází z klíčových charakteristik online média – tedy z okamžitosti publikování; možnosti propojování (linkování); neomezeného rozsahu; interaktivity a zpětné vazby od uživatelů (Waschková Císařová in Čuřík 2012, s. 21). *„Práce se zdroji má u online žurnalistiky opět většinu shodných rysů se zdrojováním pro tradiční média – zdroje musí být stále relevantní a ověřené. Internet současně umožňuje se zdroji pracovat odlišným způsobem, je totiž okamžitým, interaktivním, rozsáhlým, ale také diskutabilním zdrojem informací sám o sobě“* (Waschková Císařová in Čuřík a kol. 2012, s. 22).[24]

[23] Propojení – prolinkování – obsahu představuje způsob, jakým jsou pospojovány pomocí hypertextových odkazů, díky nimž mohou redaktoři odkazovat i na jiné texty či multimédia, a vzájemně tak obsahem na sebe odkazovat a doplňovat.

[24] Čuřík dodává, že online zdrojování se rozvinulo do specifické novinářské techniky nazvané *computer assisted reporting (CAR)*.

V případě, že se novinář nemůže zúčastnit konkrétní události osobně, musí se spoléhat na jiné zdroje informací. Za nejčastěji využívané Trunečková (1997, s. 213) považuje tiskové mluvčí, očité svědky nebo odborníky z dané oblasti, dále pak dokumenty, audiovizuální a archivní záznamy nebo tiskové a zpravodajské agentury. Jako častý zdroj informací rovněž novinářům slouží konkurenční média, která se na daném místě události nachází (tamtéž). Čuřík (2014, s. 35) se domnívá, že by se žurnalisté při využívání zdrojů neměli omezovat pouze na oficiální představitele institucí či organizací. Ve vydávaném obsahu by měli novináři uvádět zejména ty, kterých se popisovaný problém týká nejvíce, což jsou v mnoha případech „obyčejní lidé". Zároveň však doplňuje, že takový zdroj musí být pro dané téma či událost maximálně relevantní. *„Na plánované změny ve zdravotnictví se novinář jistě nebude ptát údržbáře na ministerstvu zdravotnictví, ale přímo ministra zdravotnictví nebo mluvčího ministerstva"* (tamtéž). Proto pracovníci médií musí dbát na důvěryhodnost svých zdrojů a danou informaci mít nejlépe potvrzenou od více subjektů nezávisle na sobě. Tyto informační zdroje Sigal (1974, s. 74) rozděluje do tří skupin. První skupinu označuje za rutinní komunikační kanály a přiřazuje do nich tiskové konference, veřejná vystoupení či tiskové zprávy. Druhou skupinu tvoří tzv. iniciované zdroje, kdy novinář ze své vlastní iniciativy aktivně sbírá informace – příkladem u sportovního novináře může být pozápasový rozhovor. Třetí typ představují neformální zdroje. Patří sem utajené a uniklé informace, zákulisní jednání, nevládní prohlášení či zprávy od jiných zpravodajských organizací.

S technologickým pokrokem se však i způsob získávání informací dynamicky mění. *„Zatímco dříve museli novináři shánět informace po telefonu a při tom putovat po úřadech, ministerstvech a knihovnách, dnes jim webové stránky umožňují sledovat krok za krokem legislativní proces, pro tisková prohlášení již nemusejí obrážet tiskové konference, jakékoli dokumenty včetně obrazových mohou získat okamžitě buď přímo z webu, nebo prostřednictvím elektronické pošty"* (Šmíd 2006, s. 29). Novináři proto daleko rychleji a efektivněji nejen mezi sebou, ale především se svým zdrojem komunikují. *„Dnes není problém udělat interview s celebritou žijící za oceánem. Stačí, když má e-mailovou adresu a je ochotna komunikovat"* (Beránek a Hekerlová 2005, s. 29). Stejný příkladem, jako uvádí Beránek a Hekerlová, je rozhovor se sportovcem, pro který už sportovní novináři nuceni jezdil či létat mnohdy do cizích zemí, ale uskuteční ho online.

Díky internetovým agenturním archivům a databázím, stejně jako stále se rozšiřujícímu se spektru volně přístupných webových stránek či informačních portálů, mají v současnosti novináři přístup k obrazovému, zvukovému i textuálnímu materiálu prakticky okamžitě (Šmíd a Trunečková 2009, s. 21). Sošková (in Čuřík a kol. 2012, s. 23) dokonce uvádí, čeští novináři (bez ohledu na typ média) jsou na internetu jako zdroji informací závislí. *„…vyšší míra jeho užívání je v online médiích, což je důsledkem toho, že jsou novináři méně posíláni do terénu a více odkázáni na internet jako zdroj informací. To také vede k tomu, že novináři zpravodajských serverů začínají internetové zdroje informací považovat za součást své pracovní rutiny. Jejich sympatie k internetu jako takovému pak následně způsobuje také vyšší otevřenost k novým fenoménům, a to především sociálním sítím, které využívají pro vyhledávání zajímavých témat častěji než novináři z tištěných médií"* (tamtéž). Rychlý vývoj informačních a komunikačních technologií však může vést k narušení zavedených postupů práce a rovněž k nedodržování etických norem. Příkladem je tzv. *„copy-and-paste kultura"*, tedy strojové kopírování a vkládání informací bez ověření pravosti (Šmíd a Trunečková 2009, s. 187).

Přímé zdroje na webových stránkách jsou stále využívanější i z toho důvodu, že na ně jednotlivci, firmy i organizace přesunuli značné pole působnosti. Proto takové zdroje média využívají k obohacení obsahu, nebo dokonce jako hlavní zdroj informací.[25] Novináři rovněž častěji využívají interaktivnost online média k získání názorů například z diskuzí či fór (Waschková Císařová in Čuřík a kol. 2012, s. 23).

Mnozí uživatelé zároveň využívají možnosti, které internetová média nabízejí těm, kdo chtějí vstupovat přímo do veřejného prostoru coby mluvčí, autoři. Internet totiž otevírá snazší možnost prosadit se ve veřejném prostoru i neprofesionálům – již počátkem 80. let konzumenty mediálních obsahů, kteří se sami podílejí i na produkci mediálních sdělení, nazval Alvin Toffler (1980) jako **prozumenty**[26] (Macek 2011, s. 65). Vzniká tak specifická mediální sféra rozvíjející se na rozhraní mezi profesionálními médii a oblastí interpersonální komunikace (Macek 2011, s. 65–66).[27]

[25] K informování o důležitých zprávách dnes řada sportovních klubů stejně jako jednotlivci využívají místo tiskových konferencí své sociální sítě.
[26] Z anglického „*prosumers*", tedy spojení slov producer a consumer.
[27] Příkladem jsou webové stránky, blogy, alternativní tiskové agentury nebo kolaborativní projekty založené na systémech wiki.

Proto se novináři na všechny informace, které na internetu dokáží nalézt, musí dívat kriticky. *„Internet není autorita. Právě naopak, jedná se o médium, které se vyznačuje silným sklonem k šíření mystifikací, spekulací, polopravd a nepřesností. Kvalitní a nekvalitní zprávy se zde šíří stejnou rychlostí“* (Foust 2005, s. 85). Od online novináře se proto očekává schopnost nalézt relevantní informace a určit jejich důvěryhodnost (Waschková Císařová in Čuřík a kol. 2012, s. 22).

1.4.3 Pracovní režim redakce

Přestože se vzrůstající důrazem na multimediální dovednosti novinářů jejich specializace v redakci postupně klesá, stále nejsou mediální produkty jako celky tvořeny jednotlivci, ale skupinou pracovníků, kteří mezi sebou kooperují. (Burton a Jirák 2001, s. 114). Pro efektivní fungování mediální organizace i samotné redakce mají zpravidla všechny mediální organizace dle Čuříka a Burgra (2012, s. 154) hierarchickou strukturu. Tu Shoemakerová s Reesem (1996, s. 145) rozdělují do tří stupňů. První stupeň tvoří redaktoři a korektoři, kteří se podílejí na sběru a zpracování informací. Druhý stupeň tvoří šéfredaktoři, editoři a manažeři, kteří koordinují práci v redakci. Třetí, nejvyšší stupeň v hierarchické struktuře představuje vrcholný management, jehož úkolem je ekonomické zabezpečení organizace a personální rozdělení. Dnes však není výjimkou, že se i šéfredaktoři redakcí, kteří fungují jako spojnice mezi redakcí a vedením mediální organizace, zapojují do ekonomického rozhodování. Stále však by jejich primární úlohou měla být autonomie redakce (Čuřík a kol. 2012, s. 155).

Struktura redakcí v moderních médiích nezahrnuje pouze vedoucí pracovníky, editory, korektory a redaktory. S postupující multimedialitou vznikají také profese s neujasněnou kategorizací. Jde především o profese spojované s novými technologiemi a multimédii (Čuřík a kol. 2012, s. 156–158).[28]

Kromě interních pracovníků redakce se v posledních letech u mediálních organizací můžeme setkávat s využíváním služeb externistů. Ti, na rozdíl od internistů, jsou s redakcí vázáni živnostenským listem, což jim umožňuje pracovat pro více (mediálních) organizací zároveň. Stále však musí, stejně jako interní zaměstnanci, dodržovat nařízení, předpisy nebo etické kodexy redakce (Čuřík a kol. 2012, s. 162). Typickými příklady jsou fotografové, kameramani nebo zahraniční zpravodajové.

[28] Např. multimedia assistent, multimedia developer, foto and multimedia producer, screen-designer.

S efektivitou práce v mediálních organizacích úzce souvisí také plánování. Jak uvádí Repková (in Čuřík a kol. 2012, s. 177) *„…je krátkozraké odmítnout plánování proto, že je to procedura zabírající příliš mnoho času. Čas je jedním ze zdrojů firmy. Plánování pohltí jeho určitou část, aby umožnilo efektivněji využít ostatní zdroje – peníze a schopnosti pracovníků“*. Obecně lze plány rozdělit na dlouhodobé (roční a půlroční), střednědobé (čtvrtletní) a krátkodobé, tedy měsíční, týdenní a denní (tamtéž). Za dlouhodobé plány sportovních redakcí můžeme považovat přípravu na největší sportovní události, jako jsou olympijské hry nebo mistrovství světa ve fotbale či ledním hokeji, střednědobé plány pak mohou zahrnovat přípravu na ligy či poháry sezónních sportů (lední hokej, biatlon). Krátkodobé plánování se zaobírá zpravodajským a publicistickým obsahem, který redakce plánují zveřejnit co nejdříve, často z důvodu aktuálnosti tématu.

Pro domluvu a koordinaci členů redakce slouží pravidelné porady. Ty mohou být rovněž plánovány napříč hierarchickou strukturou organizace, byť to není tak časté (tamtéž). Protože je pro online žurnalistiku příznačný důraz na aktuálnost tématu a rychlost zveřejnění zprávy, porady v redakcích, byť ne nutně se všemi členy, mohou probíhat i několikrát denně. Běžně jsou na poradách členové redakce (či mediální organizace) fyzicky přítomni, v českém mediálním prostoru jsou však i takové online redakce, pracují výhradně ve formě home office.[29] Při denním plánování se do značné míry ve sportovní (nejen) online žurnalistice vychází z předem naplánovaných událostí na konkrétní období. Redaktoři vedoucího redakce, případně editora, na začátku každodenní porady informují o tématech, kterým se chtějí konkrétní den (v případě páteční porady i během víkendu) věnovat a publikovat z nich mediální výstupy. Sportovní události jsou nejen specifické v tom, že na celou řadu z nich se mohou redaktoři i celé redakce předem dobře připravit, ale také v tom, že jich mnoho probíhá ve večerních hodinách anebo o víkendech.

Plánování rovněž velmi usnadní společná databáze nápadů, námětů a témat, a to především v době, kdy je málo aktuálních událostí, a také při tvorbě „nadčasových“ (tedy ne vyloženě aktuálních) publicistických materiálů (Čuřík a kol. 2012, s. 182). Za velmi užitečné pomůcky Čuřík s Burgrem (tamtéž) dále označují elektronický centrální přehled událostí a společnou redakční databázi kontaktů.

[29] Příkladem je sportovní redakce webového zpravodajství Aktualne.cz – viz kapitola 3.1.1

Za stejně důležité považují vypracovaný postup práce v případě mimořádných situací. Pro to, aby média dokázala informovat i během takových (často déle trvajících) událostí, je potřeba vedoucím redakce určit jednoho či více redaktorů jako službu, a také určit systém fungování redakce jako celku. Podle závažnosti mimořádné události se po poradě s vedoucím vydání (editorem) přizpůsobuje i podoba webové stránky (Čuřík a kol. 2012, s. 182).[30] Mohou přibýt průběžně aktualizované infografiky nebo důležité odkazy na důvěryhodné instituce a organizace, aby příjemce mediálního obsahu získal další relevantní informace.[31]

1.4.4 Tvorba mediálního obsahu

„Psát a komponovat text do jeho konečného tvaru je pro mnohé novináře to pravé umění a také to skutečně vzrušující a lákavé na jejich profesi“ (Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 127). Předtím, než novinář získá potřebné zdroje informací a začne na mediálním obsahu pracovat, musí se rozhodnout, jaký žánr použije a čeho se má mediální sdělení přesně týkat. Podle toho také zohledňuje pravidla daného žánru[32], formu obsahu a cílovou skupinu (tamtéž). *„Obecně lze říci, že sled úkonů postupuje od fáze zvažování velkého množství použitelných nápadů přes zužování jejich počtu (...) do třetí fáze, kdy se přijímají rozhodnutí týkající se formátu, podoby a způsobu prezentace, a odtud do čtvrté, konečné fáze, v níž zřejmě převládají rozhodnutí technického rázu“* (McQuail 2009, s. 339).

Mezi základní žánry Ruβ-Mohl (2005, s. 45) řadí **zprávu**, **reportáž**, **komentář** (a další žánry vyjadřující názor) a **interview**. Protože v analytické části práce změny v užívání žánrů v mediálním obsahu v období pandemie několikrát rozebírám, uvedu na tomto místě základní vymezení čtyř výše zmíněných žánrů, byť si uvědomuji, že online obsah méně dodržuje žánrové zásady a rozdíly mezi jednotlivými žánry se tím stírají. Vycházím přitom z Bednářova tvrzení, že je téměř nemožné v internetových médiích objevit naprosto čistý žánr (Bednář 2011, s. 107).

Zpráva se vyznačuje absencí názorového obsahu autora (na rozdíl od komentáře a dalších žánrů vyjadřujících názor). V ideálním případě by snahou autora mělo být

[30] Další doporučení, jak by se mediální organizace, potažmo redakce měly v období mimořádných událostí chovat uvádím v kapitole 1.5 – krizová žurnalistika (nejen v době pandemie covidu-19)
[31] Více o žurnalistice v krizových situacích v kapitole 1.5.
[32] Žánry představují ucelenou komunikační jednotku, formálně uzavřenou a významově ukončenou, která vznikla na podkladě jednoho nebo několika slohových postupů (Minářová 2011, s. 80). Slohový postup Jílek (2005, s. 79) definuje jako *„způsob pojetí tématu jako celku i jeho jednotlivých částí“*.

dosáhnutí objektivity (Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 45). *„Zpravodajské texty představují masmediální komunikaci podávající sdělení o nových a aktuálních jevech a událostech. Informace jsou většinou stručné, věcné a konkrétní.* (…) *Faktografický materiál očekává čtenář nebo posluchač jako úplný, pravdivý a užité pojmenovávací prostředky by měly přesně uvádět osoby a děje, navíc konkretizované místem a časem událostí, o nichž zprávy vypovídají"* (Minářová 2011, s. 173).

Komentáře (a další žánry vyjadřující názor) zpravodajské obsahy doplňují, zařazují je do kontextu a pomáhají recipientovi sdělení se ve zpravodajství zorientovat (Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 58) *„Komentář je považován za žánr, který se vyvinul ze zprávy. Jde o sdělení, které bezprostředně reaguje na zpravodajské informace"* (Jílek 2005, s. 104). Řadí se do publicistického stylu, který umožňuje prezentaci názorů a hodnocení, což jej odlišuje od zpravodajského stylu. Autor nepředává příjemci sdělení již pouze nezaujaté, a maximálně možné objektivní informace – téma analyzuje, vnáší do něj vlastní pohled a snaží se dopátrat všech souvislostí, příčin a důsledků. Nese proto v sobě funkci persvazivní, získavací a formativní (Minářová 2011, s. 174).

Za velmi využívaný žánr ve sportovní žurnalistice lze označit **reportáž**. Ta, stejně jako komentář, navazuje na zprávu. Autor v ní využívá bohatý popis a klade důraz na detaily. Snaží se tím příjemce sdělení co nejvíce zaujmout. (Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 57). *„Autor je součástí děje, je mu osobně přítomen a příjemci zprostředkovává své zážitky a dojmy"* (Jílek 2005, s. 115). Dobrá reportáž se proto dle Hrabáka (In Jílek 2005, s. 115) vyznačuje zřetelným vztahem autora k tématu.

Za stejně často využívaný žánr Ruβ-Mohl (2005, s. 63) považuje **interview**, tedy **rozhovor**. Jak uvádí Dočekalová (2006, s. 54)*, „…udělat dobrý rozhovor vyžaduje mnoho umu a také jistou zkušenost. Kromě znalosti žánru jako takového je třeba zároveň být i diplomatem, psychologem a ovládat taktizování"*. Základní rys interview Halada s Osvaldovou (2002, s. 82) spatřují v tom, že v něm *„partneři na rozdíl od diskuse mají jasně stanovené role tazatele a odpovídajícího"*.

Dalším žánrem, který sportovní novináři často využívají, a který proto ve stručnosti uvedu, je **story** (**příběh**). *„Za story je považována škála textů, které jsou označovány jako tzv. human interest story"* (Jílek 2005, s. 116), což tento žánr klade na rozhraní mezi zpravodajstvím a publicistikou. Většinou se jedná kratší sdělení, které pracuje s vyprávěcím slohovým postupem a pojednává o konkrétní osobě. Mezi znaky příběhu řadíme faktickou přesnost a skutečnost (tamtéž). *„Cílem může být představit*

zajímavou osobu, doložit na příběhu jednotlivce společenský jev, problém, přiblížit dopad určité události na konkrétního člověka" (Jílek 2005, s. 117).

Přestože by si finální verzi mediálního obsahu měl každý novinář vždy ohlídat sám, kvůli časovému tlaku to tak nebývá. *„Vydavatelé šetří, zkušené novináře, kterým musí víc platit, mnohdy propouštějí a přijímají méně zkušené"* (Čuřík a kol. 2012, s. 162). Spoléhá se proto často na editory, kteří provádí konečnou úpravy (tamtéž). Redigování a tvůrčí činnost jsou ve většině redakcí odděleny a platí, že editor a autor jsou dvě různé osoby. Výraznější zasahování do textu ze strany editora by měl vždy prodiskutovat s autorem. V praxi to však z důvodu časové tísně či osobních vztahů může vypadat odlišně. Vždy však v případě střetu názorů by měl o změnách rozhodovat nadřízený (Ruβ-Mohl a Bakičová 2005, s. 129).

Především kvůli technologickému rozvoji nových médií v posledních desetiletích, musí novináři, jak jsem již uvedl v kapitole sportovní novinář v online médiu (kap. 1.3), ovládat i další dovednosti, jež souvisí s tvorbou mediálního obsahu jako celku a mění tím současnou žurnalistiku[33] (Burton a Jirák 2003, s. 266). Uvedu proto definici zásadní příčiny proměny mediálních rutin v současné žurnalistice jako takové – mediální konvergence.

1.4.4.1 Mediální konvergence

Podle Fousta (2011, s. 25) je konvergence možná nejpoužívanějším (a nejvíce nadužívaným) módní výrazem v online žurnalistice. Nejedná se však o pojem z posledních let. První definici konvergence jako „rozostření hranic mezi médii" uvedl již v roce 1983 americký politolog Ithiel de Sola Poll, podle kterého se tradiční segregace v rámci mediálního průmyslu začala pomalu hroutit v důsledku rostoucího vlivu digitálních médií (Dupagne a Garrison, 2003).

Moravec (2016, s. 23) uvádí, že prvotní představy o konvergenci spojené s nástupem digitálních síťových médií měly v sobě zakódované oddělování technologické konvergence jako takové a procesů, které může uvést do pohybu. Autorem, jenž se postaral o vybočení z těchto úvah, byl americký mediální teoretik Henry Jenkins. Ten se ve své monografii Convergence Culture pokusil vymezit kulturu *„éry vleklé tranzice*

[33] Franklin (in Čuřík a kol. 2012) považuje změny v médiích spojené s technologickým rozvojem za velmi rychlé a dramatické. Zpochybňují podle něj samotnou podobu médií i roli novinářů. Carl Stepp vyzdvihuje především měnící se návyky čtenářů (tamtéž).

a transformace procesů“ (Jenkins 2006, s. 24) k níž dochází v mediální krajině. Podle Jenskinse je konvergence všeobjímajícím pojmem sdružující průmyslové, kulturní a sociální změny, k nimž došlo po nástupu digitalizace médií a rozvoji počítačových sítí. Do definice konvergence například zahrnuje *„spolupráci různých částí mediálního průmyslu a migrační chování mediálního publika, které se dostane téměř kamkoliv a hledá takovou zábavu, jaká mu vyhovuje“* (Jenkins 2006, s. 2). V tomto novém kontextu, jejž nazývá termínem *kultura konvergence*, dochází nejen k proměnám chování uživatelů, ale i k redefinici strategií mediálních korporací. Moravec (2016, s. 23) resumuje, že *„v Jenkinsově pojetí reprezentuje konvergence paradigmatický posun od obsahů vázaných na specifická média k obsahům, které se k uživatelům dostávají skrze rozmanité komunikační kanály, dále posun k vyšší provázanosti komunikačních systémů, rovněž i posun k rozmanitým způsobům přístupu k mediálním obsahům a v neposlední řadě posun k ještě vyšší komplexitě vztahů mezi shora dolů komunikujícími mediálními korporacemi a zdola nahoru naplňovanou participativní kulturou“*. Jenkins (2006, s. 254) však upozorňuje, že *„oproti tomu, co tvrdí rétorika ‚demokratizace televize‘ je ovšem tento posun poháněn ekonomickým kalkulem, a nikoli jakýmsi obecným blahem posílení veřejnosti“*.

Definice mediální konvergence je pro tuto práci specifikována ze *Slovníku mediální komunikace* (Reifová a kol. 2004, s. 111). Je vysvětlena jako *„průběžné sbližování médií z hlediska přípravy, distribuce a vnímání obsahů. Výsledkem procesu konvergence médií, který je podmíněn rozvojem technologií, je současný nebo následný výskyt stejných mediovaných sdělení v různých technologických formách. Technologické inovace, které umožňují vznik a vývoj nových médií, mají vliv i na další rozvoj produkce ve sféře ‚starých‘ masových médií. Na vydávání novin a časopisů, stejně jako na přípravě a realizaci rozhlasového a televizního vysílání či výrobě filmů, se stále více podílejí úpravy a přenosy sdělení založené na digitalizaci dat.“*

Moravec (2016, s. 37) vychází z široce chápaného pojetí konvergence, kterou rozšiřuje na několik druhů.

- **Technologickou konvergenci**, kterou chápe jako propojování takových uživatelských přístrojů, jakými jsou televizor, počítač či telefon do jednoho přístroje;

- **uživatelskou konvergenci**, která zahrnuje zásadní změny v konzumaci obsahů příjemci médií[34];
- **korporátní konvergenci**, díky níž jedna a tatáž korporace vyvíjí činnost v různých oblastech komunikace a v různých médiích, včetně internetu;
- **socio-funkcionální konvergenci**, založenou na tom, že se telekomunikační firmy stále častěji věnují podobné činnosti jako mediální organizace, rozhlas a televize zase stále častěji slouží k cílům obchodní komunikace;
- **prostorovou konvergenci**, která zahrnuje např. proces globalizace transferu obsahů nejrůznějších forem mediální komunikace;
- **regulační konvergenci**, která vede k integraci dosud oddělené regulace telekomunikací a audiovizuálních médií a zahrnuje přechod od vertikálního regulačního řádu k řádu horizontálnímu[35].

Dle Kolodzyové (2006, s. 6) právě technologická konvergence stojí za vznikem multimediální žurnalistiky. Internet umožnil původně odlišná média kombinovat a měnit tím i pracovní postupy a poskytování informací. Jeho rozmach rovněž uspíšil fragmentaci publika. Mediální organizace, jak jsem již naznačil v dřívější kapitole, reagují na potřeby konzumentů. Uživatelé technologií tak hledají informace v různých systémech a na různých zařízeních. S tím také souvisí slučování přístrojů do jednoho. S propojením jednotlivých typů žurnalistické praxe se uplatňuje termín novinářské práce – konvergentní žurnalistika. *„Konvergence v žurnalistice znamená sbližování novinářů a různých druhů žurnalistiky, které dříve existovaly v oddělených sférách – novinách, časopisech, rádiu, televizi a online – aby mohly poskytovat kvalitní zpravodajství ve všech těchto odlišných formátech“* (Kolodzy 2006, s. 19). Jak už jsem ale zmínil slovy Jenkinse, za mediální konvergencí nestojí pouze technologický pokrok, ale především ekonomická stránka fungování médií, která nutí vydavatele a šéfredaktory, aby po novinářích stále častěji vyžadovali multimediálnost. Čuřík a Burgr (2012, s. 165) upozorňují, že se tento trend týká prakticky všech typů médií – multimediální novinář totiž může zvládnout práci i za několik nemultimediálních žurnalistů.

[34] S uživatelskou konvergencí se pojí pojmy jako multitasking, produžívání, produživatel (prozument) či fragmentace publika.

[35] Karol Jakubowicz (2013) rozděluje konvergenci podobně na: technickou, korporátní a socio-funkcionální, produkční a tržní, odběratelskou, veřejné politiky a práva, prostorovou a kulturní. Latzer (2009) ji rozlišuje na technologickou, korporátní, socio-funkční, odběratelskou, prostorovou a regulační.

Ke konvergenci může docházet v rámci partnerství s jiným médiem, stejně jako v rámci spolupráce různých platforem jednoho média. V obou případech se jedná o dynamický proces. Demoová, Dailey a Spillmanová (in Heifetz 2005) navrhli takzvané konvergenční kontinuum, které se rozvíjí v pěti úrovních:

- **Vzájemná marketingová podpora** – doporučování obsahu napříč mediálními platformami, typické pro televizi či rádio, které se odkazují na podrobnější článek na webu.
- **Konkurenční spolupráce** – sportovni novinář jednoho média je expertem ve vysílání druhého média.
- **Sdílení obsahů** – především informací – běžné například při investigativní práci.
- **Plně konvergovaná výroba** – spolupráce v získávání i šíření informací využívající předností různých typů médií.

1.5 Krizová žurnalistika

To, jaké informace recipienti z médií získávají, ovlivňuje jejich názory, postoje a chování. A stejně *„jako se v krizových situacích mění zažité vzorce chování ve společnosti, proměňuje se i tvář žurnalistiky“* (Žurnál online 2022). V případě, že média informují o mimořádných událostech, hovoříme o krizové žurnalistice. Tato kapitola, byť se zabývá především krizovou žurnalistikou v období pandemie nemoci covidu-19, rovněž čerpá informace z odborných publikací a článků které souvisely s historicky obdobnými krizovými situacemi po světě. Důvodem je fakt, že tyto mimořádné události mají společné rysy, které v této kapitole přiblížím a popíši na příkladu pandemie covidu-19.

Vymětal (2013, s. 26) za mimořádnou událost[36] považuje *„náročnou životní situaci, která obvykle postihuje větší množství osob, je nebezpečná, narušuje běžný život, je obtížně zvladatelná, ohrožuje životy a zdraví, leží za hranicí běžných zkušeností a může mít fatální důsledky.“* Podle zákona o integrovaném záchranném systému je za mimořádnou událost považováno *„škodlivé působení sil a jevů vyvolaných činností člověka, přírodními vlivy, a také havárie, které ohrožují život, zdraví, majetek nebo životní prostředí a vyžadují provedení záchranných a likvidačních prací, narušení*

[36] V této práci považuji označení krizová událost a mimořádná událost za synonymní, ač si uvědomuji jejich možnou rozdílnost v různých kontextech, pro toto téma jí však nepřikládám váhu.

kritické infrastruktury nebo jiné nebezpečí, při nichž je vyhlášen stav nebezpečí, nouzový stav nebo stav ohrožení státu.“[37] Cottle pak za krizové situace považuje válečné konflikty, klimatické změny, přírodní katastrofy a závažná onemocnění, jež se mohou rozšířit po celém světě (Cottle 2009). Mimořádnou událost podle charakteristik, nástupu či časového vývoje a prostorového dopadu Vymětal (2013, s. 27) dělí na:

- Očekávané katastrofy (záplava, vlna veder, extrémní mrazy, hladomory); náhlé katastrofy (požár, výbuch, teroristický útok, blesková povodeň)
- Přírodní katastrofy (zemětřesení, povodně, tornáda, sesuvy a propady půdy, epidemie a pandemie); člověkem způsobené katastrofy (dopravní nehody, technické nehody v průmyslu, masové migrace)[38]
- Krize a katastrofy izolované (dopravní nehoda), katastrofy řetězené (extrémní mrazy způsobí výpadky energie, které ohrozí další zranitelné systémy), katastrofy kaskádovité (po zemětřesení v Japonsku v roce 2011 došlo k ničivé vlně tsunami, poškození infrastruktury, včetně poškození jaderné elektrárny ve Fukušimě a úniku radioaktivních látek)

Vymětal dále rozděluje čtyři fáze životního cyklu krize na **elevaci** – prvotní signály a nárůst nerovnováhy, **eskalaci** – prudký nárůst nestability, vznik mimořádné události; **kulminaci** – krize dosahuje vrcholu a **konsolidaci** – odstraňování škod a hledání nové stability (Vymětal 2013, s. 26), přičemž role krizové komunikace je pro zvládnutí dané události klíčová. Je důležité brát v potaz, že současné prostředí pro krizovou komunikaci je determinováno globalizací a jejími širokými ekonomickými, politickými, kulturními, ekologickými, zdravotními a bezpečnostními souvislostmi (Vymětal 2009, s. 30).

Podle Dlouhého (2014, s. 7) hlavními prostředky, které redukují dopady krize na jednotlivce i skupiny, je zprostředkovávání pravdivých informací a budování důvěry, respektive snížení morální paniky[39] ve společnosti, již krizové události vyvolávají. Za těmito účely stojí na jedné straně experti z řad odborné veřejnosti (experti na danou

[37] Zákon č. 239/2000 Sb., o integrovaném záchranném systému a o změně některých zákonů, ve znění platném a účinném od 01.01.2022 do 31.12.2022, ustanovení § 2 písm. b).
[38] Hranice jednotlivých kategorií se mohou ale i překrývat – lze čelit nemoci záměrně rozšířené člověkem v podobě teroristického útoku nebo pandemii vyvolané mutací virů v přírodním prostředí.
[39] Volek (2000, s. 98) morální paniku popisuje jako spontánní, neinstitucionální, kolektivní jednání, které reaguje na strach o něco, co má pro společnost fundamentální význam, přičemž *„morální“* naznačuje, že *„…nejde jen o jakési světské ohrožení v podobě klesajícího HDP, ale že je ohrožen sociální řád samotný…“*.

problematiku), političtí představitelé či integrovaný záchranný systém. Na straně druhé důležitou úlohu v takových situacích zastávají i média, jež zprostředkovávají informace politické reprezentace, záchranářů či odborné veřejnosti, které vysvětlují a dále rozvíjejí.[40] *„Obecně platí, že mediální zprávy, kterým je veřejnost vystavena, mohou být rozhodující při formování lidského vnímání na zdravotní krize a další sociální otázky“* (Dhanani a Franz 2020).

Už ze své podstaty mimořádné události podněcují příjemce mediálních obsahů ke zvýšenému zájmu o nejnovější informace. Děje se tak proto, aby se se situací dokázali lépe vypořádat. Zároveň se tato prezentovaná témata stávají pro recipienty prioritní. To je zapříčiněno opakujícími se sděleními v mediálním prostoru, která v důsledku určují agendu veřejnosti. Je rovněž důležité zmínit, že novináři během mimořádných událostí prožívají stejné emoční vypětí jako zbytek společnosti.[41] V začátku koronavirové krize představovalo toto téma bezprecedentní výzvu, se kterou se čeští novináři do té doby v takovém rozsahu nesetkali. Zpravodajství se proto stabilizovalo až během prvních měsíců pandemie, a to přizpůsobením novinářských dovedností získaných z pokrývání jiných krizí a katastrof (Pančochová a Macková 2021). V rámci výzkumu dopadu pandemie covidu-19 na novinářskou obec bylo skupinou vědců z USA, Velké Británie a Rakouska zjištěno, že mediální pracovníci využívali k normalizaci emocionálního traumatu, které pandemie vyvolala, metažurnalistický diskurz, jímž rozlišovali mezi *„dobrou“* a *„špatnou“* žurnalistikou (Perreault, Perreault a Maares, 2021). Antonio Zappulla (in Radcliffe 2021) přirovnává *„dobrou“* žurnalistiku k válečnému zpravodajství. *„Novináři riskují své životy, aby zdokumentovali frontovou linii boje proti neviditelnému nepříteli. Umístili se do epicentra nemoci, aby nám přinesli potřebné informace pro to, abychom se mohli chránit.“*

V obdobích krizí se také proto ve větší míře šíří dezinformace, špatně interpretované nebo polopravdivé zprávy, které mohou ve společnosti prohloubit míru nejistoty. V krizovém období pandemie covidu-19 se pro rychlé a dalekosáhlé šíření nepřesných informací začal používat pojem *infodemie*[42] (Infomore). Pro omezení jejich šíření začaly

[40] Podle výzkumu National Pandemic Alarm i přes nárůst počtu potvrzených případů nemoci covid-19 v prvních týdnech si Češi zachovávali důvěru v roli státu a zůstali v indexu paniky pod úrovní států ze střední a východní Evropy (Vojtěchovská 2020b). To lze do značné míry přisuzovat také roli novinářů, kteří v očích veřejnosti zodpovědně plnili svou informační funkci.
[41] Příkladem může být pláč moderátorky ČT Jany Peroutkové během moderování hlavní zpravodajské relace Události 12. března 2022, jež se věnovaly válce na Ukrajině.
[42] Byť jeho první užití se datuje do roku 2003 v souvislosti s epidemií SARS.

v období pandemie celosvětově vznikat různé vzdělávací projekty pro mediální profesionály i příjemce obsahu. Příkladem může být první světová konference o infodemii pořádaná WHO.[43] V českém prostředí konferenci na stejné téma uspořádal institut komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Dále kurz *Žurnalistika v době pandemie: Jak psát o covidu-19 nyní i v budoucnu*[44] pořádaný Knight Center for Journalism in the Americas na Texaské univerzitě v Austinu, který zaštitovala organizace UNESCO[45] a WHO, nebo vznik informačního webu Infomore, který od prosince 2020 publikoval analýzy mediálního pokrytí epidemie a poukazoval na špatnou novinářskou práci s daty, neadekvátní volbu referenčních příkladů a srovnání či nedostatečnou znalost lékařské terminologie.

Také digitální společnosti jako Google či Meta zareagovaly na infodemii a dezinformace, a to způsobem, který uživatelům nabízí i nyní, v době vydání této diplomové práce. Při hledání klíčových slov „koronavirus" či „covid-19" nabízí na předních pozicích odkazy na oficiální a prověřené zdroje informací, včetně grafů a tabulek s aktuálními statistikami. Podobný přístup má také Googlem vlastněná sociální síť Youtube. Facebook, vlastněný firmou Meta, zase nabízí covid-19 informační centrum, které v tuzemsku kromě českého ministerstva zdravotnictví doporučuje i informace od WHO (Klapal, Mašková a Luptáková 2020).

Tento zájem o zkvalitnění zpravodajského obsahu (vztaženo k příkladu pandemie covidu-19) je pro média zásadní, neboť příjemci mediálních obsahů očekávají, že novináři budou v krizových situacích zodpovědně plnit svou funkci (Seeger, Ulmer, Novaka a Sellnow 2005).

Klíčovými typy médií se v době krize stávají televize, rádia, online média a zpravodajské agentury, jejichž výhodou je na rozdíl od tištěných médií možnost okamžitého zprostředkování nejnovějších informací v podobě rozhovorů či tiskových konferencí takřka v jakoukoliv denní dobu (Mediář 2020b). Jejich role v období mimořádných událostí se pak odráží v celkovém dosahu média. Jako příklad může sloužit televizní stanice ČT24 a její stejnojmenný zpravodajský web, které v období zavádění

[43] Organizace World Health Organization (dále jen WHO) je nezávislá mezinárodní organizace působící v rámci Organizace spojených národů. Koordinuje a řídí mezinárodní zdravotnickou činnost. Soustředí se na organizaci celosvětových programů pro kontrolu, prevenci a odstranění nemocí a epidemií a celkové zlepšení kvality života populace.

[44] V originále: *Journalism in a pandemic: Covering COVID-19 now and in the future*.

[45] Agentura Spojených národů pro vzdělání, vědu a kulturu. Organizace usiluje o úplný a stejný přístup ke vzdělání, svobodnou vědeckou činnost a vědeckou spolupráci a mezikulturní porozumění.

protiepidemických opatření násobně zvýšili celkový zásah publika. Televizní stanice ČT24 zaznamenala v březnu 2020 až 30% podíl sledovanosti a její zpravodajský web v tomtéž období až 2,5násobek průměrného podílu na sledovanosti oproti únoru 2020 (Vojtěchovská 2020a).

Naopak negativní důsledky mělo období koronavirové krize pro tištěná média, jež zaznamenala po celém světě dramatický pokles prodejů. Ten nebyl zapříčiněný pouze nemožností informačně konkurovat dalším typům (online, televize, rádio), ale i zavedením restriktivních opatření. Omezené otevírací doby obchodních domů i omezení v pohybu osob zapříčinily, že český novinový trh vykázal za rok 2020 pokles o 16 %, což v každodenním prodeji znamená pokles v prodeji o 94 tisíc kusů deníků oproti roku 2019[46] (Vojtěchovská 2021). V roce 2021 se prodej tuzemských deníků v průměru snížil o dalších 10 %, což dokazuje setrvávající pokles v prodejích tištěných deníků (Vojtěchovská 2022). Problémy během pandemie koronaviru však zažívaly tištěné deníky po celém světě. Ve Velké Británii se prodej The Guardian během lockdownu[47] v březnu 2020 snížil o 18 %, Financial Times o 39 % a u deníku Metro FREE, jenž vychází zdarma, se množství rozdaných výtisků snížilo až o 70 % (Murden 2020). [48] Průměrný propad prodejů tištěných médií ve Spojených státech amerických byl sice „pouze“ 8 %, ale již před propuknutím pandemie se tamní novináři potýkali s velkými finančními problémy, které covid-19 dále zrychlil (Scire 2020). Finemanová s Thomasem (2021), kteří ve své práci[49] vyzpovídali dvaadvacet amerických novinářů a ředitelů státních novinových organizací, dospěli k závěru, že pandemie covidu-19 znamenala zvláště pro tištěný mediální průmysl kritický moment, který změnil dlouho ustálené pracovní rutiny novinářů i mediálních organizací.

Především šlo o transformaci tištěných médií na jejich online platformy, které umožnily novinářům v období krizové situace rychlejší šíření informací o aktuálním dění. Novináři se tak museli přizpůsobit na nové pracovní tempo, které obnášelo zvýšenou poptávku po okamžitých zprávách, na které platily okamžité uzávěrky, museli se naučit vytvářet nové mediální produkty, které byly určené pro ryze internetové prostředí,

[46] V letech před pandemií covidu-19 se průměrný prodej českých deníků každoročně snižoval o 7–8 %.
[47] V doslovném překladu „uzamčení“ či „uzavření“. Lockdown představuje prošnou karantenu, tedy zákaz nebo omezení volného pohybu osob mimo bydliště.
[48] Tento pokles byl zapříčiněn především omezeným cestováním hromadnou dopravou, a tedy procentuální pokles nákladu deníku, který je distribuován výhradně na veřejných prostranstvích, může být zavádějící.
[49] V originále: *You Had to be Reporting Constantly“: COVID-19's impact on U.S. weekly newspapers' journalistic routines*

a museli zároveň akceptovat práci z domova jako běžnou součást výkonu novinářského povolání, a to především z důvodu částečného či úplného zákazu pobytu pracovníků médií v redakcích. Příkladem v českém mediálním prostoru je zpravodajský kanál ČT24, který ve druhé, podzimní, vlně covidu-19 začal vysílat televizní vstupy z „domácích studií".[50] Redaktoři se nemohli spolehnout na profesionálně vybavená studia, a museli proto improvizovat v domácích podmínkách (Rožánek 2021b). Zároveň byli novináři nuceni výrazněji využívat digitální technologie, jež umožnily komunikaci napříč redakcí, stejně jako celou mediální organizací (Finneman a Thomas 2021).

Pandemie rovněž výrazným způsobem ovlivnila ekonomickou stránku fungování médií. Kvůli zmíněnému propadu prodejů a musela některá média buď výrazně zredukovat svá vydání, nebo kompletně přejít do online prostředí. V reakci na vypuknutí pandemie covidu-19 byly některé redakce přinuceny pozastavit svou veškerou činnost, další pak upravit náplň práce, zkrátit pracovní úvazky nebo propustit část zaměstnanců – především externistů (Hare 2021). Americké vydavatelství Tribune Publishing, jež vydává Chicago Tribune například v březnu 2020 zaznamenalo výrazný propad v prodeji tištěných novin, zato si připsalo 293% nárůst v digitálním předplatném (Thorpe 2020).

Přestože čtenost online zpravodajství a zásah televizního vysílání se v prvním období koronavirové krize zvětšoval, všechny mediální segmenty se potýkaly s poklesem z příjmu z reklam, což také v důsledku znamenalo snižování mezd či propouštění. V porovnání s rokem 2019 se jednalo o jednotky až desítky procent, přičemž nejvýraznější propad (až o 43 %) zaznamenala média v první půli roku (Statista 2020). To se dále podepsalo na fungování mediálních organizací v České republice i ve světě. V tuzemsku například vydavatelství Burda International CZ přestalo koncem roku 2020 vydávat pětici časopisů (Médiář 2020), v dubnu 2020 pak přestala vysílat hudební televize Rebel 2 Slušnej kanál (Rožánek 2021a). Mediální změny na poli větších mediálních domů se však tomto ohledu v České republice za doby covidu-19 neuskutečnily.

Jak již bylo uvedeno, s rostoucí důležitostí médií v době krizových situací, roste rovněž jejich společenská odpovědnost. Také proto Sorribes a Rovira (2011) navrhují v závěru svého výzkumu[51], jenž se zabýval případy krizových situací z pohledu reflexe

[50] Tímto krokem také chtěli motivovat veřejnost k většímu využívání home office.
[51] V originále: *Journalistic practice in risk and crisis situations: Significant examples from Spain*

práce novinářů ve Španělsku, doporučení pro zlepšení mediálního pokrytí krizových situací.

Podle autorů by mediální organizace, stejně jako jiné veřejné instituce, měly mít zavedené pracovní protokoly – scénáře, podle nichž by se v krizových situacích řídily. Novináři by měli namísto politických zdrojů informací, jež v krizových situacích dle autorů využívají více, než by měli, získávat informace od odborníků na daný problém. S tím také souvisí doporučení na zlepšení vztahů mezi některými novináři (potažmo redakcemi) a vědci. Mediální organizace by podle autorů měly do svých hierarchií zařadit vědeckého tlumočníka, jenž by byl kvalifikovaný pro zprostředkování informací mezi mediální organizací a odbornou veřejností. Zároveň by měla média úzce spolupracovat také s úřady, jež na řešení krizových situací přímo či zprostředkovaně participují. Jako další apel na novináře autoři uvádějí, kromě poskytování pouze ověřených informací, nutnost zajištění lexikální přesnosti sdělovaných informací a případné přetlumočení, vysvětlení, pro recipienty. Mediální pracovníci by se při informování měli vyvarovat pořizování záběrů lidí, kteří umírají, jsou zranění nebo trpí bolestmi. Novináři by měli být schopni se vyvarovat senzacechtivosti a přílišné dramatizaci situace (Sorribes a Rovira 2011).

S doporučeními vzhledem k pandemii covidu-19 přišla americká skupina vědců ve své studii[52] *Role masmédií a (organizace) Public Health Communications během pandemie covidu-19*. V ní konkretizovala sedm doporučení:

- Zveřejňovat by se měly pouze informace ověřené WHO či Centrem pro kontrolu a prevenci nemocí – v českém kontextu se může jednat o ověřování informací Ministerstvem zdravotnictví či Státním zdravotním úřadem.
- Každá zdravotnická informace by měla odkazovat na původní věrohodný zdroj.
- Média by měla sloužit jako most pro lidi, kteří potřebují získat zdravotní a vládní informace.
- Média by neměla zveřejňovat reklamy na léky, které nemají prokázanou účinnost.
- Média by měla sloužit jako platforma pro lidi, kteří hledají sociální a finanční pomoc.
- Důsledně by se měla oddělovat politická prohlášení od vědeckých faktů.

[52] V originále: *Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic*

- Média by měla morálně podporovat takové pracovníky, kteří se s nemocí denně setkávají „v první linii“ (lékaře, sociální pracovníky ap.) (Anwar, Malik, Raees, Anwar, 2020).

1.6 Periodizace období pandemie covidu-19

První přenos koronavirového onemocnění způsobeného virem SARS-CoV-2 byl zaznamenán ve městě Wu-Chan v Číně 17. listopadu 2019 (Miller, Bhattacharyya a Miller 2020). K informování úřadu WHO pro západní Tichomoří kanceláří WHO v Číně o šíření nového typu viru však došlo až 31. prosince. Na nový rok 2020 byla wuchanská tržnice jako centrum nákazy kvůli dalším potvrzeným případům uzavřena. 11. ledna čínské úřady oznámily, že s nákazou přišlo do kontaktu 739 osob, z toho 419 zdravotníků. Dle oficiálních statistik se nakazilo 41 lidí, z čehož jeden člověk zemřel (Schnirring 2020).

Ve stejný den WHO oficiálně pojmenovala vir (SARS-CoV-2) jako onemocnění, které vyvolává nemoc covid-19. 13. ledna se potvrdil případ covidu-19 v Thajsku, což představovalo první prokázání nákazy mimo Čínu. 20. ledna byl výskyt viru potvrzen ve Spojených státech amerických a o čtyři dny později i ve Francii. Evropa se pak se během následujících několika týdnů stala největším ohniskem pandemie (Gričová 2020).

Nejvýrazněji byly zasaženy státy jižní Evropy – Itálie a Španělsko, které byly nuceny zavést přísná omezení svobody pohybu.[53] Kvůli stále rostoucímu počtu nakažených došlo v následujících týdnech k obnovení hraničních kontrol v Schengenském prostoru anebo úplnému uzavření hranic některých států. 1. března byla potvrzena přítomnost onemocnění covid-19 také v České republice (Ministerstvo zdravotnictví České republiky 2020). Za pandemii bylo Světovou zdravotnickou organizací onemocnění covid-19 vyhlášeno 11. března (Soni 2020). V návaznosti na vzrůstající počet pozitivních případů vyhlásila Česká vláda od 12. března 2020 první nouzový stav[54] související s pandemií covidu-19, a to po dobu 30 dnů. Znamenalo to omezení vstupu do České republiky a vycestování z ní, nařízení distanční výuky a povinnou práci z domu (pro taková odvětví, u nichž je práce z domu možná). Vláda taktéž nařídila zavření restaurací

[53] Spočívající v zákazu cestování mezi regiony nebo zákazu vycházení kromě naprosto nezbytných případů.
[54] V České republice bylo přizavedení nouzového stavu 12. března 117 nakažených (Ministerstvo vnitra České republiky, 2020).

včetně maloobchodních prodejen, které nezajišťovaly základní potřeby, omezila většinu služeb a zakázala pořádání hromadných kulturních akcí. Přerušeny či úplně zrušeny byly také sportovních akce (Vláda České republiky, 2020). Zároveň 16. března přistoupila vláda z důvodu rapidního zhoršení epidemické situace k prvnímu uzavření měst a obcí na Olomoucku – Litovle, Uničova a Červenky (Hosendseidlová a Vrlák 2020).

V souvislosti se zhoršujícím se stavem epidemie byly po celém světě zrušeny či přesunuty největší sportovní události – Mistrovství světa v ledním hokeji 2020, Mistrovství Evropy ve fotbale 2020 či Letní olympijské hry v Tokiu (ČT Sport, 2020). Bylo možné dohrát, byť před prázdnými tribunami, Ligu mistrů, Evropskou ligu nebo NHL (Andrisák, 2020).

Ke zlepšení epidemické situace došlo v létě, kdy se také rozvolnila některá opatření. S příchodem podzimu však dorazila druhá, silnější vlna nákazy. Česko v té době bylo třetí nejzasaženější zemí Evropské unie (Hospodářské noviny 2020). Tisíce pozitivních případů denně byly příčinou znovuzavedení téměř identických opatření jako na jaře (Vláda České republiky, 2020). 12. října se na tři týdny přerušily sportovní soutěže, které se po vyjednávání s vládou opět rozběhly před prázdnými hledišti (či později s omezeným počtem diváků z řad veřejnosti). Pro účast novinářů přímo v dějišti sportovních akcí, stejně jako během první vlny pandemie, bylo nutné dodržování přísných protiepidemických nařízení a prokázání se dokumentem potvrzujícím negativní test na covid-19.

Koncem roku 2020 se epidemická situace opět zhoršila což Vládu ČR vedlo k prodloužení nouzového stavu.[55] Ten bez přerušení platil od 5. října 188 dní do 11. dubna (Juna, 2021). Během něj vláda od 1. března zavedla třítýdenní celorepublikový lockdown, při němž se (až na výjimky) nesmělo cestovat mezi okresy, pohyb osob byl umožněn pouze po obci, ve které občané bydleli, zavřela se většina veřejných institucí maloobchodů. Sportovní události se za velice přísných protiepidemických podmínek dál konaly, a to nejen v Česku, ale také v zahraniční – konalo se přeložené mistrovství Evropy ve fotbale či olympijské hry (Novinky, 2021). Přes přísná protiepidemická nařízení se mezi sportovci stále objevovaly, a do doby psaní této práce objevují, případy nákazy, kvůli kterým se některé sportovní události musely, a doposud musí, odkládat. Na

[55] Nouzový stav se dle Ústavního zákona č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky může vyhlásit nejdéle na dobu 30 dní, přičemž jeho trvání se může prodloužit jen po předchozím souhlasu Poslanecké sněmovny.

novinářskou profesi to má však od konání Letních olympijských her v Tokiu již mírný dopad, byť i v roce 2022 na největších sportovních událostech (Zimní olympiáda v Pekingu) platila pro novináře zpřísněná protiepidemická opatření.

2 Metodologie

2.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Cílem této práce je za pomoci kvalitativní metody, konkrétně polostrukturovaných rozhovorů, zjistit a přiblížit, jak se změnilo každodenní fungování online sportovních redakcí v závislosti na zavedení opatření v průběhu pandemie covid-19. Rovněž mě zajímalo, jaké změny v pracovních rutinách (redakcí i jejich členů) zavedené během první vlny koronaviru zůstaly v platnosti do současné chvíle. Získané informace chci rovněž mezi sebou porovnat, abych našel rozdíly a shody napříč redakcemi (a jejími členy). Považuji za důležité zmínit fakt, že mým cílem vzhledem k výzkumnému vzorku není popsat fungování veřejnoprávního média a porovnat jej s médii komerčními, nýbrž obecný explorativní přístup k výzkumnému vzorku složeného z největších českých sportovních médií, s jehož pomocí chci stanovit jakési pevné základy pro případné další akademické práce.

Jako výzkumnou metodu jsem si vybral vlastní kvalitativní výzkum za pomocí polostrukturovaných rozhovorů s 12[56] vybranými pracovníky webových redakcí sportu z 6 médií: Aktuálně.cz, ČTSport.cz, Deník.cz, iDNES.cz, iSport.cz a Sport.cz.

Jako **hlavní výzkumnou otázku** jsem si stanovil: Jak se po propuknutí pandemie covid-19 a zavedení protiepidemických opatřeních proměnily pracovní rutiny sportovních novinářů a celkové fungování sportovních redakcí?

Jako **vedlejší výzkumnou otázku** pak: Odlišovaly se od sebe změny v rutinách jednotlivých novinářů a redakcí?

Pro to, abych získal odpovědi na tyto otázky, jsem rozdělil dílčí zjišťovací otázky do tří kategorií. První skupina obsahovala otázky zjišťující kontext, tedy jak redakce a její členové fungovali těsně před propuknutím koronavirové krize v České republice. Druhou skupinu tvořily otázky zaměřující se na změny pracovních rutin mediálních organizací a celkové fungování daných redakcí během první, druhé a dalších vln[57] nemoci covid-19.

[56] Respektive 13 viz níže.

[57] Za první neboli jarní vlnu nemoci covid-19 je v této práci považováno období od března do června 2020. Druhou tzv. podzimní vlnu vymezuji jako období od září do konce roku 2020 a na to navazující období nazývám jako třetí vlnu (do května 2021). Další průběh pandemie již podrobněji nevymezuji, vzhledem k

A třetí skupina otázek byla zaměřena na zjištění informací o současné situaci fungování mediálních pracovníků a redakcí. Při jednotlivých rozhovorech se členy redakcí jsem zohledňoval jejich pozici, náplň práce a délku působnosti v redakci.

Pro výslednou komparaci jsem využil nejen metodu polostrukturovaných rozhovorů, ale i další doplňkové metody a techniky. Lze do nich zařadit například tvorbu rešerší, která je nepostradatelná pro získání informací jak do teoretické části, tak pro získání informací o respondentech a redakcích, ve kterých tito novináři pracují. Dále pak oslovování a domluvu s jednotlivými respondenty, vedení rozhovorů s respondenty, práci s aplikacemi umožňujícími online videohovory[58] a rovněž také přepisy rozhovorů a jejich vyhodnocování, které stojí v jádru analytické části této práce.

Pro přepis rozhovorů, které jsem se souhlasem respondentů nahrával na diktafon a v nichž považuji za důležitou především obsahovou složku, jsem vybral metodu redigované transkripce, která dovoluje vynechávat přeřeknutí, opakující se slova, pauzy či výplňková slova. To mi umožnilo získaný materiál efektivněji analyzovat.

2.1.1 Reflexe výzkumníka

Pro samotnou povahu zvolené metodologie přistupuji k výzkumu s jasnými premisami. První z nich je uvědomění si faktu, že poznání, jež se děje na základě interpretace a vstupují do něj mé osobní znalosti, zkušenosti a pocity v průběhu konkrétních rozhovorů i při zpracovávání získaných informací, je vždy subjektivní povahy. S tímto rizikovým faktorem se lze vyrovnat transparentností výzkumného procesu. Jak upozorňuje Kostínková a Čermák (2013): *„Ta by měla provázet nejen analýzu dat, prezentaci výsledků, ale je i v otevřenosti vůči pohledu zvenčí.“* Zároveň způsob, jakým výzkumník používá svou subjektivitu, je vždy dialogický, systematický a rigorózní. To umožňuje čtenáři ověřovat výzkumníkův způsob přemýšlení o tématu (Smith, Flowers a Larkin, 2009 in Kostínková a Čermák, 2013). Subjektivita je v takovém případě „*…vnímána jako přednost – jednak je reflektována, jednak jedině ona nám umožňuje vstup do zkušenosti své i druhého, jednak nic jiného nemáme a jednak je nástrojem validizace“* (Kostínková a Čermák, 2013).

faktu, že se většina sportovních událostí poté konala již bez protiepidemických opatření, nebo tato opatření neměla významný vliv na fungování sportovních redakcí.

[58] Většina rozhovorů byla vedena online formou přes Google Meet či Facetime. Více o výhodách a nevýhodách v podkapitole 2.3.1

2.2 Kvalitativní výzkum

Metodolog John W. Creswell (in Hendl 2016, s. 46) kvalitativní výzkum popsal jako *„proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“*

Kvalitativní výzkum mi tak dovoluje nahlížet na zkoumaný fenomén v autentickém prostředí. To znamená zkoumat sociální realitu z pohledu samotných aktérů, v kontextu jejich každodenního života, jejich vlastním jazykem a v předem nestrukturovaných interpretacích (Sedláková 2014, s. 51). Právě to podle Reichela dovoluje vytvořit obraz zkoumané sociální reality v co možná nejkomplexnější podobě (Reichel 2009, s. 40). Oproti kvantitativnímu výzkumu, který odpovídá na otázky začínající *„co“* a *„kolik“*, se snažíme odpovědět na otázky *proč a jak* (Hendl 2016, s. 165).

Dalším charakteristickým prvkem kvalitativních metod je jejich nestandardizovanost, na rozdíl od metod kvantitativních (Trampota a Vojtěchovská, 2010, s. 18). Znamená to možnost otázky v průběhu výzkumu (během sběru dat a analýzy) různě modifikovat nebo doplňovat (Hendl 2016, s. 46). S ohledem na tuto skutečnost Hendl přirovnává práci výzkumníka využívajícího kvalitativních metod k činnosti detektiva *„analýza dat a jejich sběr probíhají současně – výzkumník sbírá data, provede jejich analýzu a podle výsledků se rozhodne, která data potřebuje, a začne znovu se sběrem dat a jejich analýzou“* (tamtéž). Pro zvládnutí výzkumu kvalitativním přístupem je od výzkumníka podle Sedlákové vyžadována značná erudice, zkušenost, přehled v oboru, ale také talent, intuice či imaginace (Sedláková 2014, s. 395).

Vzhledem k charakteristikám kvalitativních výzkumných metod se jim přes jejich silné stránky vytýkají i slabosti. Vzhledem k jeho pružnému a nestrukturovanému charakteru se jedná o jeho omezenou replikaci a práci s omezeným počtem jedinců na (obvykle) jednom místě. To vede k obtížnému zobecnění výsledků a nízké transparentnosti výzkumu (Hendl 2016, s. 48). Disman (in Trampota a Vojtěchovská

2010, s. 18) doplňuje výčet o neschopnost kvalitativních výzkumných metod zpracovat větší vzorek či více případů.[59]

2.3 Polostrukturované rozhovory

Ačkoliv Trampota s Vojtěchovskou považují za nejvhodnější metodu ke zkoumání rutin mediálních redakcí techniku zúčastněného pozorování (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 72–75), Sedláková upozorňuje, že pokud nás více zajímá, jak jednající své jednání interpretují, jak mu rozumějí, co si o něm myslí, co je k němu vedlo, jaká jsou jejich přání nebo potřeby, jež mělo splnit, tak takové údaje pozorováním nemůžeme získat (Sedláková 2014, s. 156). S ohledem na to jsem vybral jako základní metodu analytické části práce dotazování, konkrétně polostrukturovaný rozhovor. Tento druh rozhovoru *„bývá považován za optimální způsob získání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení. Patří proto k nejčastěji využívaným technikám kvalitativního přístupu“* (Sedláková 2014, s. 211).

James P. Spradley v publikaci[60] uvádí tři základní typy otázek:

- **Deskriptivní** – vybízející respondenta, aby obecně popsal to, co se stalo nebo svou zkušenost. Takové otázky se ptají na biografické informace (např. Jakou roli zastáváte v redakci?) či příběhy (např. Co jste dělal v při zavedení vládních nařízení?).
- **Strukturální** – vybízející dotazovaného k tomu, aby určil kategorie a významové rámce, které používá k pochopení světa (např. Co znamená být sportovních novinářem v době, kdy se nekonají sportovní akce?).
- **Kontrastní** – umožňující respondentovi porovnávat události a zkušenosti (např. Jaká forma práce vám více vyhovuje – práce v redakci, částečná, nebo úplná práce z domova?) (Spradley 2016, s. 60).

Při přípravě rozhovoru si výzkumník vytváří určité závazné schéma, které obvykle specifikuje okruhy otázek, na které se bude informantů ptát – z toho důvodu se označují

[59] Stoupenci kvalitativních metod však odmítají představu, že by fakta mohla promlouvat sama za sebe, často kritizují proklamovanou objektivitu kvantitativních metod a poukazují na skutečnost, že u většiny kvantitativních metod výzkumníci do procesu vstupují s určitým očekáváním a přednastavením, které se odráží ve zvolených postupech kategorizace zkoumaného (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 19).
[60] V originále: *The ethnographic interview.*

jako rozhovory s návodem (Sedláková 2014, s. 211). Je na tazateli, jakým způsobem a v jakém pořadí získá informace, které osvětlí daný problém. Zůstává mu i volnost přizpůsobovat formulace otázek podle situace (Hendl 2016, s. 178). Výzkumníkovi je proto proto umožněno pokládat takové otázky, které navazují na odpovědi respondentů a které zároveň mění pořadí otázek i jejich znění v předem specifikovaném schématu (Bryman 2012, s. 470). Výzkumník si však musí definovat tzv. jádro interview, tj. minimum témat a otázek, které má za povinnost probrat. Získává tím určitý stupeň jistoty, že všechna tato témata budou skutečně probrána (Miovský 2006, s. 160). Při následném zpracování a analýze pak má možnost s touto nadstavbou pracovat či ji při analýze ponechat stranou (tamtéž).

Sedláková otázky využívané při polostrukturovaných rozhovorech rozlišuje na primární, tedy připravené, a sekundární neboli sondážní. Druhý zmíněný typ otázek vzniká ad hoc při realizaci rozhovoru s cílem doplnit, co již zaznělo, nebo podnítit informanta k další výpovědi. *„Mohou mít podobu podpůrného projevu porozumění, souhlasu či zájmu nebo krátkého shrnutí informantovy výpovědi a žádosti o doplnění podrobností nebo zopakování primární otázky třeba její parafrází. Do značné míry má podobnou funkci často i mimika a gestika tazatele naznačující jeho zájem a vyzývající informanta k pokračování, například mlčenlivým pokýváním hlavou.“* (Sedláková 2014, s. 211). Dalším dobrým způsobem, jak získat od dotazovaných podrobné informace, je vyjádřit neznalost. Wiggin zmiňuje, že naivní tazatel povzbuzuje dotazovaného, aby „konstatovat zřejmé věci“, a dal tak průchod jinak implicitním předpokladům a očekáváním (Wiggin 2008, s. 25). Dalším způsob, jak povzbudit dotazované k upřesnění, je požádat je o ilustraci událostí nebo zkušeností – to je především užitečné, když se hovoří o abstraktních pojmech nebo obecných názorech (tamtéž).

Carla Wiggin taktéž upozorňuje na jazykovou variabilitu výzkumníka. Stejný termín nemusí pro všechny dotazované znamenat totéž, proto je v polostrukturovaných rozhovorech kladen důraz spíše na význam než na lexikální srovnatelnost. To znamená, že výzkumník se musí snažit pochopit, co dotazovaný myslel tím, co řekl, bez ohledu na to, jak se to rozhodl říci (Wiggin 2008, s. 24). Miovský také proto doporučuje při polostrukturovaných rozhovorech používat inquiry, tedy upřesnění a vysvětlení odpovědí účastníka (Miovský 2006, s. 160).

Jak jsem již uvedl, největší výhodou polostrukturovaných rozhovorů je především eliminace nevýhod obou zbývajících variant interview (nestrukturované a plně strukturované formy) a současně využití jejich výhod. Jedná se především o možnosti volné, přirozené a nenucené komunikace v místech, která to umožňují. Tím je možné účastníka motivovat a využít jeho zájmu následně v místech s vyšší mírou strukturace. Díky možnosti pokládat doplňující otázky i u odpovědí, které účastník dává na pevně strukturované podněty, můžeme dosáhnout vyšší přesnosti a výtěžnosti než při klasickém plně strukturovaném interview (Miovský 2006, s. 161).

Pro tuto práci bylo využito doporučení Williama S. Harveyho, který ve svých článcích a studiích detailně radí čtenářům, jak přistupovat ke kvalitativním rozhovorům z nichž chtějí získat maximum možných informací.[61] Konkrétně vyjmenovává pět oblastí, které je nutné zvládnout pro co nejlepší výsledky. Jsou jimi organizovanost, flexibilita, transparentnost, etiketa a vytrvalost. Organizovaností Harvey myslí důkladnou přípravu a výběr respondentů, kteří mají k danému tématu co říct. Zároveň by se mělo jednat o téma, které do té doby nebylo zpracováno. V případě samostatného rozhovoru zdůrazňuje dostatečnou flexibilitu jak při reakci na časové možnosti informanta, tak při formování otázek. S přípravou na rozhovor souvisí taktéž fakt, že výzkumník musí předpokládat, že respondent odpoví na připravenou otázku už v rámci té předchozí. Výzkumník proto musí včas zareagovat a přeorganizovat své další dotazy a celý průběh rozhovoru. Transparentností jednání výzkumníka je autorem zamýšlena maximální možná otevřenost směrem k respondentovi. Jasné vysvětlení, za jakým účelem chce výzkumník respondenta vyzpovídat, zvyšuje šance, že dotazovaný poskytne důvěrnější/podrobnější informace. Oblastí etikety Harvey rozumí zvládnutí i takových momentů, které nejsou pro výzkumníka příjemné – například odmítnutí rozhovoru. Vždy je s takovou možností nutné počítat a mít připravené alternativy. Do stejné oblasti patří i rozhovory s informanty, kteří nechtějí sdělovat detailní informace – v takových případech obzvláště záleží na dobré přípravě a komunikačních dovednostech výzkumníka. Poslední oblastí je vytrvalost, která souvisí s nepozorností dotazovaných, případně opakování již zodpovězených otázek (Harvey 2009, s. 7–13).

[61] Autor čerpá z osobních zkušeností, jež získal během rozhovorů s více než stovkou významných osobností při psaní své doktorské a postgraduální práce.

2.3.1 Specifika vedení rozhovoru online

Protože většinu polostrukturovaných rozhovorů povedu s informanty online formou (s výjimkou Martina Kézra ze Sport.cz a Jakuba Zoubka z Aktuálně.cz) přes služby Google Meet či FaceTime, považuji za důležité zmínit výhody a nevýhody této zprostředkované formy rozhovorů. Vycházel jsem z kapitoly *Online interviews* z knihy *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*, ve které Andrew William Cole popsal pět specifických oblastí pro online interview. Konkrétně se jedná o:

Výzkumný přístup – Díky možnosti vést rozhovor online není můj přístup k informantům již tak silně omezen geograficky. Mohu tak do výzkumu zařadit větší spektrum informantů.

Čas – Pro rozhovory vedené osobně je nutné si naplánovat vzájemně vyhovující čas, ale hlavně místo k setkání. To neplatí pro online rozhovory, které jsou tím pádem časově efektivnější i flexibilnější jak pro výzkumníka, tak především pro informanty, kteří v tomto případě vykonávají velice časově náročnou profesi.

Náklady – Vzhledem k absenci nutnosti cestování za informantem je další výhodou online rozhovorů jejich cena. Neplatí to však jen na straně výzkumníka, ale i informanta, který se tak může zúčastnit rozhovoru z domova. Rovněž i software pro zprostředkování online rozhovoru je ve většině případů zdarma.

Neverbální komunikace – Jednou z často zmiňovaných nevýhod online rozhovorů je absence (nebo podstatné snížení) neverbální komunikace. Kritikové také zmiňují, že i nestrukturovaný, synchronní online rozhovor postrádá bohatost a spontánnost osobní interakce.

Technické dovednosti/přístup účastníka – Ačkoli je absence nutného cestování pro online rozhovory výhodou z hlediska přístupu, času a nákladů, online rozhovory nemohou překonat potenciální nedostatky v technických dovednostech. Cole zmiňuje, že přestože online rozhovory usnadňují výzkumníkovi vést rozhovory s vhodnými účastníky, vylučují zároveň všechny potenciální informanty, kteří nemají potřebné technické dovednosti nebo samotné technologie (Cole 2017). Tento fakt se však mého výzkumu netýká už z podstaty toho, že všichni novináři působí v online médiích.

2.3.2 Témata a otázky

Zvolenou metodou mi bylo umožněno klást respondentům jednak předem připravené otázky, které byly stejné pro všechny účastníky výzkumu a které vycházely z okruhů, jež jsem naznačil výše v textu, jednak otázky přizpůsobovat vzhledem k nastalým situacím. V práci bylo pamatováno na jádro rozhovorů, které bylo postaveno na předpřipravené struktuře primárních otázek doplněných sekundárními (sondážními).

Respondenti například sami ve svých odpovědích docházeli k tématům a informacím, které rozšířily předem připravené okruhy o nové informace, a mohl jsem se tak dotázat na další skutečnosti, jež jsem zahrnul do výsledné analýzy. Vzhledem k individuální komunikační otevřenosti jednotlivých respondentů stejně jako k jejich postavení v redakci, jsem své otázky do značné míry přizpůsoboval. Například ve sportovní redakci Aktuálně.cz pracuje několikanásobně méně pracovníků než v redakci iSport.cz, zároveň si tak vytvářený obsah editují (případně sami upravují pořízený audio/vizuální obsah), sázejí i publikují. Zároveň sami pokrývají celou řadu sportů a nespecializují se na jeden konkrétní. Oproti tomu v redakci iSport.cz pracují specializovaní redaktoři, již pokrývají pouze jeden sport – například Ondřej Kuchař. Zároveň s větším týmem odpadá nutnost vlastního editování článků, sazby či publikace na web média, případně sociální sítě, stejně jako nutnost tvorby vlastního audio/vizuálního obsahu.

Předem připravenými primárními otázkami jsem chtěl především podnítit respondenty k delším odpovědím, které by byly bohaté na (detailní) informace. To může být odpovědí na otázku, proč se témata odpovědí respondentů kryla s dalšími připravenými primárními dotazy, a proč jsem se do monologu respondenta v takovém případě minimálně zapojoval, případně jej pouze tematicky korigoval. Považoval jsem to za nejlepší možnost, jak se dopátrat odpovědí na výzkumné otázky.

Primární, připravené otázky lze roztřídit do několika tematických okruhů. První okruh zahrnoval otázky zjišťující kontext běžného fungování redakce – předcovidový stav – a fungování redakce v prvních dnech vládních nařízení vzhledem k vyhlášení nouzového stavu. Další okruhy otázek byly již vztaženy k první, potažmo druhé vlně epidemie covidu-19. Zajímal jsem se o: komunikaci a pracovní režim napříč redakcí, výběr témat, zdroje a zisk informací, tvorbu obsahu, čtenost, na ni navázané ekonomické

důsledky a s tím spojený osobní postoj respondentů ke změně role sportu ve společnosti. Posledním tematickým okruhem bylo fungování redakce a jejich členů dnes – tedy jestli (případně jak) se změnily redakční mechanismy kvůli zavádění protiepidemiologických opatření. Při tvorbě okruhů byla výchozím bodem definice online média, sportovního novináře působícího v takovém médiu a koncept mediálních rutin.

Do okruhů jsem následně rozdělil otázky, které jsem respondentům v rozhovorech měl v plánu pokládat. Z každého sportovního média jsem vybral dva respondenty – redaktora a jemu nadřízeného novináře (editora, šéfeditora nebo šéfredaktora). Ve většině redakcí však i editoři, šéfeditoři či šéfredaktoři tvoří mediální obsah stejně, jako redaktoři a obdobně více rolí v redakci zastávají i redaktoři. Proto jsem otázky nerozděloval pro redaktory a jim nadřízené, ale vytvořil jsem seznam univerzálních otázek, které jsem v průběhu jednotlivých rozhovorů ze zjištěných informací případně upravoval.

Zjišťování kontextu redakčního fungování před nemocí covid-19 a v prvních dnech po zavedení protiepidemiologických opatření:

- Zavedla redakce jako celek nebo její jednotliví pracovníci před prvními nemocnými v České republice, vzhledem k informacím ze zahraničí, nějaká preventivní opatření?
- Jak probíhalo zavádění protiepidemiologických opatření v redakci?
- Jak reagovali pracovníci redakce na zavedení protiepidemických opatření?
- Jaká (konkrétní) vnitřní nařízení byla zavedena v redakci?

Komunikace mezi členy redakce a pracovní režim:

- Jakým způsobem se proměnil pracovní režim pracovníků v redakci?
- Ovlivnila sportovní novináře práce z domova? V čem konkrétně?
- V jakém režimu probíhalo navštěvování prostředí redakce?
- Jak se proměnil způsob komunikace mezi členy redakce?

Výběr témat, zdroje, rešerše a zisk informací:

- Jak se proměnil způsob zpracovávání rešerší
- Odkud mediální pracovníci čerpali informace?
- Jakým způsobem probíhal výběr publikovaných témat?

- Jak se na práci redaktorů projevila nemožnost navštěvovat sportovní události?
- Ovlivnilo přerušení, přesunutí nebo zrušení sportovních událostí fungování redakce? Jak?

Tvorba obsahu:

- Jak se proměnil obsah publikovaný v médiu?
- Byli pracovníci redakcí nuceni se naučit novým dovednostem? Jakým?
- Čtenost (a na to navázané ekonomické důsledky) a vnímání důležitosti sportu a jeho postavení ve společnosti z pohledu novinářů:
- Jak chod média ovlivnilo zrušení sportovních událostí?
- Proměnila se personální struktura redakce po zavedení protiepidemických opatření? Jak?
- Vnímali mediální pracovníci během protiepidemických opatřeních snížený zájem (jak ze strany vlastní, tak čtenářů) o sportovní tématiku? Jak se projevoval?

Současné redakční mechanismy a pracovní rutiny členů redakcí:

- V jakém režimu probíhal návrat do běžné pracovní rutiny po uvolnění vládních nařízení?
- Změnil se pracovní režim novinářů po uvolnění protiepidemiologických opatření? Jak?
- Zachovala si dodnes redakce v nějaké míře konkrétní pracovní rutiny zavedené v době koronavirové krize?

Výsledná analýza bude pro lepší přehlednost rozdělena do čtyř hlavních kategorií. První kategorie s názvem *proměna pracovních mechanismů* bude reflektovat změnu chodu mediální organizace, změnu pracovního režimu redakce a změnu komunikace mezi novináři napříč redakcí v období pandemie covidu-19. Druhá kategorie *proměna tvorby mediálních obsahů* se bude věnovat změně výběru témat, o kterých novináři informovali, změně ve zdrojích, které novináři v daném období využívali, a rovněž změně samotné tvorby mediálního obsahu v období preventivních opatření. Třetí kategorie *proměna role sportu z pohledu sportovních novinářů* bude zaměřená na změnu postoje sportovních novinářů ke sportu vzhledem k nemožnosti o něm referovat tak, jak

na to byli do té doby zvyklí.[62] V poslední, čtvrté kapitole *proměna rutin z pohledu současnosti* se zaměřím na současné fungování sportovních redakcí, a tedy i na otázku, zda (a případně jaké) nastolené rutiny v období protiepidemických nařízení přetrvaly do současnosti.

2.4 Trajektorie výzkumu

Po rešerši bylo vybráno šest sportovních online redakcí. Konkrétně se jedná o pět komerčních – Aktuálně.cz, Deník.cz, iDnes.cz, iSport.cz, Sport.cz – a veřejnoprávní ČTSport.cz. Stěžejním kritériem výběru byla čtenost daného online média a dále fakt, zdali má vlastní sportovní redakci. Díky vzorku, který obsahoval médium veřejné služby i komerční média různých velikostí (například Aktuálně.cz má v redakci sportu pouze pár stálých redaktorů, již z časových důvodů nedokážou tak komplexně pokrývat každodenní sportovní zpravodajství jako například servery iSport.cz nebo Sport.cz), bylo možné získat pestrá data z široké sportovní mediální krajiny, jak je zřejmé z analytické části této práce.

Po výběru médií byli v průběhu září a října 2022 oslovováni novináři s žádostí o účast ve výzkumu, a to prostřednictvím e-mailu či sociálních sítí Facebook či Twitter, kde je většina novinářů nejaktivnějších. Jak jsem již zmínil výše v textu, ve výběru z každého média byl vždy zahrnut jeden redaktor a jeden jeho organizačně výše postavený kolega. Původně vybrané a oslovené respondenty z ČTSport.cz, Aktuálně.cz, Sport.cz a Deník.cz, kteří mi ani po opakovaných žádostech o rozhovor neodpověděli, jsem nahradil jinými – přičemž jsem využil doporučení respondentů, kteří s rozhovorem již dříve souhlasili.[63]

Konkrétně se jednalo o Ondřeje Škubu (šéfeditor) a Ondřeje Zoubka (redaktor) z Aktuálně.cz, Ondřeje Dluhího (šéfeditor) a Ivana Němečka (redaktor a vedoucí sportovní redakce pro Olomoucký kraj) z Deník.cz; Jiřího Kalembu (šéfeditor) a Pavla Jahodu (redaktor) z ČTSport.cz; Tomáše Fraňka (šéfeditor a zástupce vedoucího sportovní redakce) a Jana Daňka (redaktor) z iDNES.cz Adama Lacka (editor) a Ondřeje

[62] Například z důvodu již zmiňovaného rušení sportovních událostí či nemožnosti se jich přímo účastnit, a tedy omezené nabídce témat, která mohla sportovní média pokrývat.
[63] Tzv. metoda sněhové koule, která je podle Lea A. Goodmana (1961) vzorkem jedinců, kteří jsou doporučeni jinou dotazovanou osobou. V závěru rozhovoru jsem se proto dostal k otázce na spolupracovníky informanta, kteří by mi podle jeho uvážení mohli poskytnout další rozšiřující informace.

Kuchaře (hokejový redaktor) z iSport.cz a Martina Kézra (šéfredaktor) a Michala Osobu (redaktor) ze Sport.cz.

Původní počet dvanácti respondentů jsem však v průběhu výzkumu rozšířil o jednoho respondenta, konkrétně Roberta Sáru, který do podzimu 2021 působil jako sportovní redaktor v iDNES.cz a následně přešel do redakce Sport.cz, a který mi poskytl rozšiřující informace díky možnosti srovnání fungování obou sportovních redakcí v průběhu pandemie covidu-19. V rozhovoru s ním jsem získal nové obohacující informace a podněty, které jsem se rozhodl do výsledné analýzy přidat.

Z důvodu pracovního vytížení respondentů a časovým, finančním a dopravním možnostem jsem s výjimkou Martina Kézra a Ondřeje Zoubka všechny rozhovory vedl prostřednictvím videokomunikačních aplikací Google Meet či FaceTime. Rozhovory byly nahrávány na diktafon, což mi umožnilo se k získaným datům vracet a podrobit je několikanásobné vlastní analýze.

Délka rozhovorů závisela na mnoha okolnostech – zda má informant k probíranému tématu více informací nebo například zda své výpovědi uváděl v konkrétní příklady. Nejkratší rozhovor trval 24 minut (Ondřej Škuba), nejdelší přes hodinu a čtvrt (Ondřej Zoubek).

2.5 Výzkumný vzorek

Ondřej Škuba – Aktuálně.cz

Ondřej Škuba je absolventem oboru adiktologie 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy v Praze (2010). Od roku 2002 do konce roku 2013 působil v deníku Sport – do září roku 2011 jako editor, později jako redaktor. Kromě toho pracoval na pozici lékařského a farmaceutického redaktora ve Zdravotnických novinách (říjen 2011–květen 2012). Po opuštění deníku Sport v prosinci 2013 do března roku 2017 pracoval nejdříve na pozici seniorního konzultanta ve společnosti Hill+Knowlton Strategies (do srpna 2015) a později jako manažer PR agentury Médea. V březnu 2017 se vrátil do médií a stal se vedoucím sportovní redakce Aktuálně.cz, jímž je doposud.

Ondřej Zoubek – Aktuálně.cz

Ondřej Zoubek vystudoval v roce 2019 žurnalistiku na Masarykově univerzitě. Již během studia působil jako externí redaktor – nejdříve na webu Onlajny.com přepisoval sportovní online přenosy a později se připojil ke sportovní redakci Aktuálně.cz. Tam také od

počátku roku 2020 nastoupil jako stálý zaměstnanec na pozici sportovního redaktora. V dosavadní pracovní kariéře se pětkrát zúčastnil mistrovství světa v ledním hokeji.

Ondřej Dluhí – Deník.cz

Ondřej Dluhí působil v Deníku již při studiu žurnalistiky na Univerzitě Palackého v Olomouci, a to na pozici externího správce sociálních sítí. Po úspěšném dokončení studia v roce 2015 nastoupil do oddělení příloh Olomouckého deníku, následně vystřídal pozice vedoucí oddělení příloh pro střední Moravu, editor tištěného Deníku a šéfredaktor Olomouckého deníku. V roce 2019 po spojení olomoucké, ostravské a zlínské redakce stal šéfeditorem redakcí pro severní a střední Moravu. Na Univerzitě Palackého vede v současnosti seminář online žurnalistiky.

Ivan Němeček – Deník.cz

Ivan Němeček začal působit v redakci Deníku na pozici sportovního redaktora v roce 2014. Pracoval tehdy pro Přerovský a Hranický deník a Nové Přerovsko. Dnes je reportérem a vedoucím sportovní redakce pro Olomoucký kraj. Zkušenosti má rovněž i coby televizní reportér – dodnes pracuje v Televizi Přerov.

Jiří Kalemba – ČTSport.cz

Jiří Kalemba vystudoval Fakultu sociálních věd Univerzity Karlovy, na níž v roce 2007 dokončil bakalářský obor žurnalistika a o dva roky později magisterské studium mediálních studií. Během let 2006–2016 působil jako externí pracovník redakce sportu a od roku 2016 se stal šéfeditorem webu a sociálních sítí ČT Sport. Mimo to působí jako redaktor, reportér, komentátor a moderátor v televizní redakci sportu České televize. Profesně je nejvíce spojen s komentováním basketbalu, házené, curlingu a amerického fotbalu. Rovněž se věnuje tvorbě sportovních dokumentů. Za jeho dokument *T... jako tým!* o druhém místu českých basketbalistek na mistrovství světa 2010 vyhrál v roce 2011 hlavní cenu na festivalu Sportfilm Liberec. Stejného ocenění se dočkal o dva roky později za reportážní dokument *Basket za zdmi Alcatrazu o* basketbalovém turnaji ve věznici Alcatraz. Jeho dalšími dokumentárními počiny jsou *Hrdinové z Dukly* nebo *Filip Jícha 2010*. Přednáší o mediální gramotnosti na středních a základních školách.

Pavel Jahoda – ČTSport.cz

Pavel Jahoda je absolventem oboru žurnalistika na Univerzitě Palackého v Olomouci (2016). Již během studia se věnoval v rámci univerzitní televize redaktorské činnosti. Od července 2012 pracuje pro sportovní redakci České televize, konkrétně pro web ctsport.cz, kde působí i v současnosti. Věnuje se psaní a editacím článků, střihu videa, úpravě fotografií nebo přípravě podcastu Fotbal fokus či magazínu Basketmánie vysílaného na programu ČT Sport.

Tomáš Franěk – iDnes.cz

Tomáš Franěk je absolventem Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v magisterském oboru žurnalistika, který dokončil v roce 2017. Se sportovní redakcí iDNES.cz začal spolupracovat na pozici eléva v červenci 2013, postupně prošel redakcí jako externí fotbalový redaktor, externí autor online reportáží a zpravodajských souhrnů, pomocný editor a editor. Nyní pracuje na pozici šéfeditora webového obsahu a zástupce vedoucího sportovní redakce MF DNES, iDNES.cz a Lidových novin.

Jan Daněk – iDnes.cz

Jan Daněk vystudoval na Masarykově univerzitě v Brně nejdříve dvouobor Žurnalistika/Animátor sportovních aktivit a v magisterském stupni učitelství tělesné výchovy. Od února 2013 spolupracoval s brněnskou redakcí MF DNES, od podzimu téhož roku se stal jejím zaměstnancem na pozici regionálního redaktora všeobecného zpravodajství a sportu s přesahem do editorství. V roce 2017 se přesunul do redakce celostátní sportovní redakce MF DNES, kde dnes působí na pozici sportovního zpravodaje. Účastnil se například mistrovství světa ve veslování (2018), vodním slalomu, hokeji (oboje 2019) nebo Zimních olympijských her 2022.

Adam Lacek – iSport.cz

Adam Lacek v redakci deníku Sport působil již v průběhu svého studia na Akademii žurnalistiky a nových médií. Dříve jako praktikant a v posledním ročníku jako stážista. Po úspěšném absolvování této vyšší odborné školy v polovině roku 2017 v redakci zůstal již jako stálý zaměstnanec na pozici redaktora. Dnes pracuje v redakci iSport.cz na pozici webového editora a hokejové redaktora se zaměřením na extraligu, českou reprezentaci, NHL a další hokejové ligy.

Ondřej Kuchař – iSport.cz

Ondřej Kuchař začal působit jako hokejový redaktor pro Aktuálně.cz již při svém dvouoborovém studiu žurnalistiky a sociologie na Masarykově univerzitě. Studium však nedokončil, neboť se ve třetím ročníku rozhodl naplno věnovat dráze hokejového redaktora v celostátní redakci se sídlem v Praze. V deníku Sport a iSport.cz působí na stejné pozici od roku 2017. Pracovně se zúčastnil Zimních olympijských her 2022, několikrát mistrovství světa v ledním hokeji a v roce 2016 absolvoval pracovní cestu po Kanadě a USA, z níž vznikla série rozhovorů s českými hráči v NHL.

Martin Kézr – Sport.cz

Martin Kézr vystudoval Právnickou fakultu Univerzity Karlovy. Během čtvrtého ročníku studia nastoupil do deníku Právo na pozici hokejového redaktora. S tímto deníkem má prozatím spojenou celou svou novinářskou kariéru. V současnosti je šéfredaktorem serveru Sport.cz a vedoucím sportovní rubriky. Se svým kolegou Karlem Feltem je autorem tří knih: *Fotbal v taláru, Krůček od vrcholu* a *Atény 2004: kronika her XXVIII. olympiády*. Své dlouholeté zkušenosti rovněž předává na akcích Novinářského inkubátoru a je vedoucím hokejové sekce Klubu sportovních novinářů.

Michal Osoba – Sport.cz

Michal Osoba je absolventem Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy magisterského oboru Mediální studia. Profesně působí na pozici sportovního redaktora deníku Právo, potažmo Sport.cz, od roku 2002. Specializuje se na atletiku, lyžování, snowboarding, kanoistiku, florbal, judo a plážový volejbal. Je také spoluautorem knih *120 let české atletiky* a *Nemůžeš? Přidej! Český olympijský výbor 120 let*.

Robert Sára – Sport.cz (nyní) **/ iDnes.cz** (dříve)

Robert Sára začal pracovat pro MF DNES v roce 1999, kdy nastoupil na místo sportovního redaktora v Jihlavě. Později, během studia historie a žurnalistiky na Masarykově univerzitě, začal spolupracovat s brněnskou redakcí MF DNES. V redakci celostátního sportu působil od srpna 2005. Na podzim roku 2021 začal pracovat na stejné pozici v redakci Sport.cz. Zaměřuje se především na hokej (jako reportér se účastnil řady světových šampionátů), motosport a sportovní politiku. Je spoluautorem dvou knih: *Lukáš Kvapil: Slzy rytíře z Dakaru* a *Můj let do nebes*.

3 Analytická část

3.1 Proměna pracovních mechanismů

Tématem této kapitoly bude reflexe změny chodu mediální organizace a změny rutin novinářů i vzhledem k vlastním preventivním opatřením před samotným vyhlášením nouzového stavu (a nařízením plošných opatření), i chod redakce, potažmo rutiny novinářů v prvních dnech po zavedení protiepidemických opatření. Tato kapitola bude proto primárně zaměřená na změnu pracovního režimu redakce a změnu každodenní komunikace mezi mediálními pracovníky napříč redakcí.

3.1.1 Pracovní režim redakcí v těsném období před zavedením nouzového stavu a po něm

Před potvrzením prvních případů covidu-19 v České republice každá z vybraných redakcí k preventivní ochraně svých zaměstnanců zastávala jiný postoj. Stálí redaktoři sportovní sekce Aktuálně.cz, jichž je celkově šest, dlouhodobě pracují ve formě home office a osobně se scházejí na poradě jednou měsíčně. Žádná preventivní opatření proto tato redakce, byť si její členové byli vědomi nastalé situace v zahraničí, nezaváděla. *„Pamatuju si, že jsem tehdy psal článek o Čínských hokejistech, hráli druhou ligu v Česku. Po sezóně se vraceli do Číny, do nejistoty, do té situace, která tam byla. Tehdy jsem to psal, ale vůbec by mě nenapadlo, co se stane, a o měsíc později to bylo u nás“* (O. Zoubek). Také proto se se zavedením nouzového stavu a vyhlášením povinné formy práce z domova pro redakci, s výjimkou přesunutí měsíční porady do online prostoru, ve kterém však již dlouhodobě a pravidelně pracovali, se nezměnilo prakticky nic.

V redakci Deníku již před prvními potvrzenými případy covidu-19 v České republice vedení média zavedlo opatření platící napříč celorepublikovou redakcí. *„Byl to třeba zákaz chození do kanceláří, když se člověk cítil, že na něj něco leze, větší důraz na dodržování hygieny nebo zrušení firemních večírků. Bylo to takové naše desatero“* (O. Dluhí). Jednalo se ale spíše o doporučení, než o striktně dodržovaná pravidla. *„Zatím se v té době, tak nějak asi jako všude, doufalo, že se to k nám pořádně nedostane…“* (I. Němeček). Po potvrzených prvních případech v České republice 1. března na to médium rychle zareagovalo: *„V prvé řadě vždycky okamžitě reagovalo vedení na aktuální vládní opatření. Chodily e-maily a okamžitě platila opatření, která musela platit“*

(I. Němeček). Je však důležité poznamenat, že Deník svým zaměstnancům již před zavedením povinné formy práce z domova home office nabízel jako benefit: *„Myslím, že to byly dva dny v týdnu snad pro všechny redaktory. Kdo chtěl, tak to využíval. Já třeba určitě ano“* (I. Němeček). Zavedením nouzového stavu a vládních nařízení 12. března 2020 ihned vedení redakce na nastalou situaci zareagovalo nejen v podobě koupě hygienických pomůcek, a to především pro zaměstnance v terénu, ale především přechodem do formy home office. To bylo, i z důvodu vládního nařízení, obdobné u všech zkoumaných redakcí.

Podobně jako v Deníku i Česká televize zavedla preventivní opatření (či spíš doporučení) proti možnému šíření koronaviru již před prvními potvrzenými případy v České republice. *„Šlo o nějakou hygienu a prvky tohoto charakteru, jako dezinfekce. Myslím, že to bylo provázané s tím, jak byla informovaná celá veřejnost – jak si správně umývat ruce, jak přistupovat k jistým prvkům obyčejného života“* (P. Jahoda). Jisté obavy však v redakci vyvolalo již v únoru konané biatlonové mistrovství světa v Itálii, tedy v epicentru nemoci pro následující týdny a měsíce, kde již v tu dobu byly potvrzené případy nákazy. Toto mistrovství bylo také poslední významnou mezinárodní sportovní událostí konanou bez omezení účasti diváků a bez významnějších protiepidemických opatření. Zlomovým momentem bylo však pro šéfeditora webu ČTSport Jiřího Kalembu mistrovství světa v curlingu žen pořádané v Kanadě. Pár dní před zahájením šampionátu se z preventivních důvodu odložil: *„To tehdy byla úplně nová bezprecedentní situace a najednou se všechno naráz začalo rušit a dohrávat a nedohrávat. Tohle souviselo i s vládními kroky, takže to bylo stupňovité…“* (J. Kalemba).

První oficiálně vyhlášená nařízení přišla z vedení ČT v souvislosti s prvními pozitivními případy 1. března a souvisela s chodem organizace jako takové. „*My jsme si to nemohli určit sami, ale čekali jsme na to, jaké předpisy nastaví vedení televize nebo zpravodajství. Pamatuju si, že jsme měli poradu, kdy jsme se v počtu deseti dvanácti lidí sešli v místnosti našeho výkonného ředitele, pana Ponikelského* (...) a v *tu chvíli jsme si řekli, že se možná scházíme na nějakou dobu naposledy, že už třeba někdo z nás je nakažený, a jen se o tom neví, protože tehdy se nevěděly inkubační doby a všechny tyhle údaje teprve se získávaly“* (J. Kalemba). Vedení ČT tak zavedlo omezení maximálního počtu redaktorů v kancelářích a především nařídilo pro zbylé pracovníky povinný home office. Ten do té doby byl pro pracovníky ČT něčím výjimečným. Nařízení platící pro

online redakci ČT však nebyla tak přísná jako u televizní redakce, jejíž pracovníci byli z pro zastupitelnost rozděleni na směny, které se po týdnech střídaly.

Redakce iSport zavedla první preventivní nařízení proti covidu-19 až po 1. březnu, tedy po prvních pozitivních případech v České republice. *„Nebyla to nějaká velká prevence s obrovským předstihem. Přešlo se nejdřív na částečný home office. Do redakce chodili jen ti, kdo tam museli být. Pak se dost rychle přešlo na úplný home office, nařízený“* (O. Kuchař). Ten popisuje editor Adam Lacek: „*jel jsem do práce na odpolední službu, kterou máme od čtyř hodin do jedenácti, do půlnoci. Přesně si vybavuju den, že jsem si doma zabalil víc věcí, napsal jsem mámě, že se balím a jedu na delší dobu domů. A ono to tak taky bylo. (...) Tak jsem zůstal asi dva měsíce doma.“*

Fungování sportovní redakce iDNES zasáhl covid-19 nepřímo již v lednu 2020, kdy se v Číně mělo konat halové mistrovství světa v atletice, z nějž měl informovat jeden z redaktorů. Preventivní opatření se v redakci před prvními potvrzenými případy covidu-19 v České republice ale nezaváděla, pouze s redaktory, kteří pracovně vyjížděli do zahraničí byla domluva, že v případě, že se nebudou cítit v pořádku, nepřijdou do redakce. *„Vybavím si, že se kolega vrátil ze Světového poháru v biatlonu, který byl v Itálii a už se tam mluvilo o tom, že se mohl někdo nakazit. A nijak se na to nereagovalo“* (R. Sára). *„Na jednu stranu byly ještě srandičky, na druhou stranu se objevili jeden dva lidi, kteří měli přístup jako: Co sem lezete? Objevovaly se názory jednotlivců, že bychom to neměli podceňovat. Ale z vyšších míst žádná výzva nedorazila“* (J. Daněk). Po oznámení prvních pozitivních případů v České republice rozhodlo vedení redakce o omezení pracovníků v redakci. „*První, kteří šli na home office, byli primárně lidé z novin, editoři nebo autoři, kteří píšou hlavně pro noviny a nemají webové služby. To bylo první omezení potkávání, kdy samozřejmě se noviny na dálku se dělají lépe než web“* (T. Franěk). 3. března, dva dny poté, přišlo od vedení redakce další nařízení, že pokud není bezpodmínečně nutné být v redakci, ať do ní nechodí ani weboví sportovní redaktoři. V redakci zafungovala velmi dobře individuální zodpovědnost – začalo nošení roušek a respirátorů, redaktoři, kteří nemuseli být fyzicky přítomni v redakci, do ní přestali chodit. 12. března s vyhlášením nouzového stavu a zavedením nařízení vlády ČR (nejen) novináři iDnes.cz „*…naplno spadli do nového procesu práce, kdy se všechno dělalo na dálku. Od dalšího týdne v pondělí byl nařízený home office pro všechny“* (T. Franěk). V následujícím týdnu se začala naplno projevovat všechna protiepidemická nařízení spojená s nouzovým stavem. *„A na to se samozřejmě reagovalo i v redakci. Obzvlášť na*

iDNESu, který patří a nepatří Babišovi, který byl v té době premiér a jeho společnosti logicky musely jít příkladem" (R. Sára).

Redakce Sportu, stejně jako redakce iSport, preventivní opatření před prvními potvrzenými případy v České republice nezaváděla. *„Celkově byl tehdy přístup spíš takový, že se jedná o nějaký virus jako byl SARS a tyhle nemoci, které byly předtím a neměly takový globální efekt. Nikdo to nečekal.* (...) *myslím, že v době, kdy se objevily první případy v Itálii, asi ještě nikdo netušil, jaké důsledky to i v tom novinářském, zejména sportovním světě může mít"* (M. Osoba). A ani po oznámení prvních nakažených v České republice redakce nastalou situaci nebrala příliš vážně, spíše se zprávy o nakažených dostávaly mezi zajímavosti. Nikdo neočekával, že by měla nákaza potenciál mít vliv na chod redakce. *„Zhruba kolem osmého nebo desátého března se začal sportovní svět zastavovat, začaly případy i u nás. V Novinkách jsme měli známou aféru, jak Babiš křičel po Pavlu Jaňurkovi, že mu doveze test a roušku, a v tu chvíli přišly první opatření v redakci – co nejméně lidí v redakci, co nejvíce lidí doma"* (M. Kézr). V praxi to znamenalo, že v redakci bude grafik, jeden editor a jeden ze dvou šéfredaktorů sportu. Ostatní zaměstnanci pracovali formou home office.

3.1.2 Proměna pracovního režimu po zavedení nouzového stavu

Zavedením nouzového stavu 12. března se prakticky ze dne na den změnil pracovní režim všem redakcím a jejich pracovníkům. Za nejzásadnější označují všichni respondenti dle očekávání zákaz pořádání všech sportovních událostí a zavedení povinné formy práce z domu – home office.

Byť se však tato změna může na první pohled jevit jako bezprecedentní záležitost v mediálních organizacích, řada redakcí jistý druh home office, třeba jako zaměstnanecký benefit, měla již před koronavirovou pandemií.[64] Zároveň práce z domova měla pro některé redaktory i jisté výhody v nastalém pracovním režimu, a to především při ranních službách (od 6:30), kdy jim odpadla nutnost dojíždění do redakce: *„…nemusíte vstávat v pět. Můžete vstát v 6:25.* (...) *To je fajn, protože si můžete trochu odpočinout. Takhle – pořád pracujete, ale jste doma. Nemusíte být pořád v práci"* (A. Lacek).

Avšak právě fakt, že redaktoři trávili doma jak pracovní, tak volný čas, měl po určité době i negativní dopady, a to také vzhledem k zavření všech vzdělávacích institucí

[64] Např. Deník či iDNES.

(školy, školky…), či dalším problémům. *„…jedno z největších úskalí home office je oddělit to, kdy je office a kdy je home. Bylo možné téměř v pyžamu vstát, začít pracovat a zase si v tom pyžamu lehnout. Jenže duševní hygiena trpí jako prase. Uhlídat rytmus, nasazení lidí, kdy jste viděli jen ikonky na obrazovce, to bylo velmi obtížné.* (...) *Spousta lidí žije v různě toxických vztazích, což to v tu chvíli hrozně umocňovalo. Začali mít problémy doma, s dětmi. To se logicky projevovalo v práci“* (M. Kézr).

Zároveň se redaktoři museli potýkat i s čistě praktickým fungováním na home office – s koordinací režimu s dalšími členy domácnosti: *„…protože v té době jsme měli s manželkou jenom garsonku a i ona měla nařízený home office, že nemohla do práce. Když jsme měli oba dva cally nebo nahrávání, jeden se musel zavřít na chodbu nebo do koupelny, abychom se nerušili“* (O. Kuchař). Na tyto problémy upozorňuje také Martin Kézr: *„My v našem 3+1 jsme jako čtyřčlenná rodina obsazovali každý jeden pokoj, abychom se vzájemně nerušili.“*

Negativní aspekty práce na home office potvrzuje také Ondřej Kuchař: *„Jsem rád, když mám oddělený soukromý a pracovní život“*. Zároveň dodává, že fyzická přítomnost v redakci posiluje každodenní rutiny a vztahy mezi kolegy. Také proto byl podle Martina Kézra v této době obzvláště potřebný, ale zároveň obtížně vykonatelný, krizový management od vedoucích pracovníků redakcí, který se zakládal na pravidelné komunikaci a vstřícnosti.

Podle Kuchaře problém s adaptací na nastalou změnu zažitých pracovních rutin zažívali především jeho starší kolegové, kteří nebyli zvyklí psát články „od stolu“, ale jejich rutina spočívala v osobních setkáních s respondenty. Kuchař však dodává, takových kolegů bylo v danou chvíli v redakci iSportu pouze pár. „*Grafik měl potíž, takový starší, už je v důchodu. Měl trable, dělat to všechno z domu, dálková připojení, byť se grafická práce dělá na počítači“*. Mezi další technická úskalí pak patřilo zajištění dostatečné rychlosti domácího připojení k internetu. V některých případech tak nešlo ani tolik o problém s adaptací na pracovní změnu, jako o čistě technický problém – například s rychlostí nahrávání souborů na server (ČT Sport).

Dosavadní představu o ne-možnosti práce z domova z pohledu mediálních organizací tak do jisté míry transformoval technologický posun, který většina redakcí v té

době učinila[65]. *„Bohužel to vedlo i k tomu, že ještě více směřovala tendence k rychlosti, povrchnosti a banálnosti* (témat – pozn. aut.). (...) *Když chcete dělat hlubší témata, musíte se jim věnovat a musíte za nimi jít. A to lidi nešli, protože nemohli“* (M. Kézr).

3.1.2.1 Proměna personální obsazení redakce

Žádnou redakci i přes přerušení, přesunutí konání či zrušení pořádání sportovních akcí v jarním období pandemie neopustil z důvodu škrtů v personální struktuře interní zaměstnanec. V početně menších redakcích[66] bylo zásadní udržet stabilní počet zaměstnanců pro pokrytí sportovního zpravodajství, ať už se v tu dobu konaly sportovní akce, či nikoliv[67]. *„Ze začátku covidu jsem byl překvapený, že až tolik nás to neomezilo, až taková rána to pro nás nebyla. Problém, který dopadl i na nás, spíš směřuje k fotografům“* (O. Škuba). Právě externí spolupracovníky redakcí, zejména fotografy, kameramany, ale také externí redaktory, vedení média z důvodu nekonání sportovních událostí nevyužívalo, a ti tak zůstávali bez příjmu, protože jsou placení za úkoly.

Důležitou roli pro personální stabilitu všech zkoumaných redakcí v této době hrál fakt, že byly (a jsou) součástí velké mediální organizace, která recipientům rovněž nabízí zpravodajský obsah, o nějž byl v daném období zvýšený zájem. Někteří sportovní novináři proto v tomto období vypomáhali ve zpravodajských odděleních médií či tvořili obsah více zaměřený na aktuální mimosportovní dění: *„V Itálii zavřeno tohle, ve Španělsku umřelo tolik.* (...) *Taky jsem čekal, jestli nedostanu nějaké ponouknutí, ať jdu pomoc, ale nepamatuju si, že bych něco takového dostal. Takže jsem zůstal a věřil jsem, že to je jen dočasná situace“* (J. Daněk).[68] ČT zase nabídla externím sportovním redaktorům výpomocné služby na zpravodajském portálu ČT24.cz.

V některých redakcích však došlo ke snížení mzdy (Deník, iDNES), a to jednak z důvodu propadu inzerce kvůli nejistotě sponzorů a inzerentů, a tedy horší finanční situace média, ale také kvůli menšímu objemu práce. *„To souviselo s tím, že se zrušily cesťáky a výjezdy, kdy na tom člověk mohl trošičku vydělat, když na cestě ušetřil, nekoupil si jídlo, dostal nějaké cestovné, diety a podobně“* (J. Daněk). Jiným pak snížení finančího

---

[65] O technologickém posunu redakcí viz dále.
[66] Např. v Aktuálně.cz.
[67] V prvních týdnech sportovní redakce především informovali o rušení sportovních akcí – viz kapitola 4.2.
[68] Viz kapitola 3.2.1 Proměna výběru témat.

ohodnocení zapříčinilo snížení počtu směn na daný den – ČTSport. Podle Pavla Jahody k výraznému poklesu pracovního vytížení došlo u webové redakce sportu České televize hlavně o víkendech, kdy se koná převážná většina sportovních akcí.

Zaměstnancům redakce iSport bylo naopak nařízeno povinné vybrání dovolené: *„V dubnu nám bylo řečeno, abychom si do konce června vybrali deset dnů dovolené. Všichni byli doma, nikam se nemohlo, tak si nikdo asi dovolenou vybírat nechtěl. Byli jsme k tomu přinucení“* (A. Lacek), ale obešli se bez snižování finančních odměn.

Redakce Sportu v prvním období koronavirové pandemie zavedla rezervní skupinu zaměstnanců, kteří udržovali zastupitelnost takových pozic, které byly pro fungování redakce klíčové: *„Naštěstí nenastala situace, že by nás odpadla řekněme polovina a neměli jsme, jak to nahradit“* (M. Osoba). I z důvodu neustále zastupitelnosti, kterou si redakce Sportu jako strategii pro zvládnutí nastalé situace zvolila, proto nedošlo personálním změnám v redakci. *„Objem práce se nezmenšil. Bylo to samozřejmě složitější, v mnoha pohledech komplikované, ale objem práce zůstal stejný, takže i redaktoři byli vytížení podobně, s tím, že odpadlo cestování na akce. Nemyslím, že by se to změnilo v tom smyslu, že by redaktoři neměli co dělat“* (M. Osoba). Tato doba podle Martina Kézra redakci výrazně ovlivnila a především naučila její vedení improvizovat a pružně reagovat na nečekané změny, které ji i v budoucích období čekaly: *„…musím říct, že mě samotného dnes s odstupem překvapuje, jak rychle jsme se tomu přizpůsobili, jak rychle jsme dokázali najít způsob fungování. Že jsme objevili možnosti, které nás možná do té chvíle vůbec nenapadaly, nebo je znali ajťáci, a my jsme je nevyužívali a zjistili jsme, že to jde“* (M. Kézr).

3.1.3 Proměna vnitřní komunikace v redakci

S přechodem fungování redakcí do režimu home office, tedy fakticky do online režimu, se přes výše uvedené prvotní problémy ve většině vnitroredakční komunikace stabilizovala a v některých redakcích zpočátku i zefektivnila. Respondenti zároveň uvedli, že interní online komunikace je jednodušší, pohodlnější, rychlejší. *„Firma okamžitě ve větší míře všem zaměstnancům do notebooků nainstalovala Teams*[69] *a veškeré porady se začaly řešit přes tohle. Předtím byly výjimečně online porady, spíš*

[69] Firemní platforma Microsoft Teams umožňuje textovou komunikaci, videohovory, datové úložiště pro ukládání souborů a integraci dalších aplikací do tohoto prostředí.

se všechno dělalo osobně“ (I. Němeček). Případ Deníku potvrzuje oproti ostatním taktéž méně početná webová redakce sportu ČT: „*...v rámci redakce si lidé uvědomili, že se dá i nadále fungovat distančně, a nijak to neomezuje chod nebo neovlivňuje kvalitu práce za předpokladu, že daný člověk má dostatečně kvalitní internet, notebook, který je schopný vykonávat prvky, které k práci webového redaktora patří“* (P. Jahoda).

S přechodem na distanční způsob práce se však také objevovaly problémy s technickým nastavením nástrojů i dovednostmi redaktorů s těmito nástroji pracovat: *„Pamatuju si na to, že jsem v tom březnu zakládal whatsappovou*[70] *skupinu pro nás, kteří jsme neměli nějakou redakční whatsappovou skupinu, což dneska mají úplně všichni. Psali mi kolegové, jestli bych ji dokázal založit.* (...) *Tam jsou vidět obrovské rozdíly mezi generacemi. Generacemi je možná silné slovo, ale třicet, čtyřicet a padesát, to jsou skoky ve fungování s těmihle věcmi“* (R. Sára).

Novináři zároveň hledali nejlepší nástroj pro online komunikaci a museli se vypořádat s nutností buď sjednotit komunikační platformu napříč celu redakcí, nebo se naučit pracovat ve více aplikacích (blíže viz níže).

Tato změna interní komunikace znamenala, s výjimkou sportovní redakce Aktuálně.cz, výrazný posun v vnímání pravidelných porad: *„Do té doby to neexistovalo. Buď jste byl fyzicky v redakci, tím pádem na poradě, a když jste tam nebyl, tak jste nebyl na poradě“* (O. Kuchař). To mělo podle Jiřího Kalemby pozitivní i negativní dopady. Z komunikace se vytratily *„denní nuance“*, které byly typické pro osobní potkávání se v redakci ČT. *„Já jsem ale taky v době covidu přišel na to, že možná jsme někdy řešili až moc velké detaily, a ono je to ve finále jedno. Když umírají lidé kolem, je celkem jedno, jestli máte odstavec navíc nebo míň. Trochu se priority zpřeházely a začalo se řešit, co vydávat a jak.* (...) *Ano, profesionální přístup je potřeba, je to naše práce, ale zároveň u toho nejde o život, takže možná není potřeba řešit desítky minut, jestli to udělat tak nebo onak“*. I z výše nastíněného důvodu, tedy ztráty každodenního kontaktu s kolegy z redakce, redakce Deníku zavedla v jarním období koronaviru každodenní porady online, jež do jisté míry kontakt s kolegy suplovaly, avšak dle Dluhího v redakci zjistili, že *„fyzická porada je v novinařině nenahraditelná.“*

[70] Multiplatformní aplikace WhatsApp Messenger umožňuje výměnu zpráv a multimediálních souborů.

Pro editora Tomáše Fraňka, vzhledem ke spojení webové a novinové sportovní redakce, tedy iDNES a MF DNES, kde řada novinářů vytváří obsah jak pro web, tak do tisku, změna především nastala u zpětné vazby webovým redaktorům: *„Na webu je zapotřebí mnohem častější domlouvání a řešení textů i vzhledem k tomu, že tam nepíšou úplně zkušení autoři, text nedostanete hotový, ale musíte se o něm s těmi lidmi bavit.“* V prvních dnech byl pro komunikaci mezi novináři v redakci iDNESu hlavním komunikačním nástrojem telefon, stejně jako v období před covidem, když redaktor nebyl přítomen v redakci a potřeboval konzultaci s editorem. *„Byl to takový neformální pokec, ve kterém se zároveň domluvili, jak to bude vypadat. Takže to v prvních fázích šlo, že jsme si volali. Ale velmi brzy se pochopilo, že chybí interaktivní komunikace, celková“* (R. Sára). Sára však podotýká, že v prvních okamžicích na distanční formu komunikace nebyla redakce iDNESu připravená: „*Teamsy a podobně v té době všichni objevovali. Mnohé redakce už to měly, měly svůj interní systém Meetů*[71]*, ve kterém jely. To v Mafře nebylo.“* Také proto, ale především z podstaty fungování na dálku, nastaly zvláště u editorů jisté problémy v komunikaci: *„Zvládli jsme to, ale v žádném případě to nebylo, není a nikdy nebude ideální, když je většina lidí na home office, protože určité procesy se zpomalují. Nemůžete se otočit na židli a okamžitě s člověkem mluvit. Minimálně musíte napsat a počkat, než zareaguje, nebo vzít telefon, zavolat a čekat, jestli to vezme“* (T. Franěk). Franěk tak poukazuje na to, že kvůli online komunikaci se mohou prodlužovat a komplikovat rutinní procesy v redakci, především již zmíněná editorská práce s texty. Vyvolaná situace podle Kézra souvisí s osobními vztahy zaměstnanců, které v období koronaviru prošly náročnou zkouškou: „*Odosobnění bylo složité a myslím, že dodneška trvá a bylo problematické pro některé lidi se zpátky socializovat“.* Také proto byl podle Kézra důležitý krizový management.

Postupně se však komunikace v rámci každodenních rutin ve většině redakcí stabilizovala: „*Za normálního chodu jsme měli porady 10:30, tak jsem měl uložený odkaz, na který jsem kliknul a 10:30 jsem si zapnul kameru a notebook a měli jsme poradu, která neprobíhala fyzicky, ale po sítích“* (J. Daněk). Tato komunikace sloužila i jako jakýsi druh psychohygieny redaktorů, kteří získali možnost se pobavit s ostatními členy redakce nejen o svých nápadech pro další tvorbu obsahu, ale především o svých pocitech.

[71] Tedy videohovorů zprostředkovaných službou Google Meet.

Pro každodenní komunikaci využívala vybraná média různé nástroje. Mezi zmiňovanými nástroji pro videohovory byly MS Teams, Google Meet, Zoom či Skype, mezi dalšími aplikacemi (nejen pro textovou komunikaci) pak Whatsapp, Slack, Messenger. Samozřejmostí bylo využívání klasického telefonního spojení. Bylo běžné, že redaktoři využívali pro vzájemné se dorozumění zároveň více služeb: *„Protože někomu jsem zvyklý napsat na Messenger, někomu rovnou zavolám, někomu odepíšu jenom na e-mail, protože vím, že mi na Facebooku neodpoví, takže to je rozdílné“* (A. Lacek).

Považuji za důležité také zmínit, že v důsledku všech opatření a přesunu těžiště práce mimo kanceláře, bylo podle Daňka těžké začlenit do redakčních procesů nové kolegy – například nového hokejového redaktora, který v redakci iDNESu působil v době první a druhé vlny covidu-19. Ačkoliv měl redaktor předpoklady k výkonu povolání, absence fyzické přítomnosti v redakci, a tedy možnosti řešit nastalé problémy z očí do očí, získávat zpětnou vazbu a navázat hlubší vztahy s kolegy, byla jedním z výrazných podnětů k celkové nespokojenosti a v důsledku také neprodloužení smlouvy s médiem.

Z výše uvedeného lze tedy konstatovat, že online komunikace v první vlně koronaviru činila největší problém takovým mediálním profesím, které jsou na přímé komunikaci do jisté míry závislé – jde především o editory a grafiky redakcí. Běžní redaktoři, kteří do té doby nebyli zvyklí komunikovat s kolegy online, se po určité době adaptovali na nastalou situaci, a zvládli tak přesun z běžné (osobní) komunikace do online prostředí.

3.2 Proměny tvorby mediálních obsahů

Jednou z nejviditelnějších proměn mediálních rutin v období první vlny koronaviru prošla napříč všemi zkoumanými redakci tvorba mediálních obsahů. Změny nastaly ve výběru i zpracování témat hlavně z důvodu postupného rušení všech sportovních událostí jak v České republice, tak po celém světě.

Ve sportovní žurnalistice je naprosto běžnou součástí denní rutiny každodenní zpravodajství, které nabízí nejen výsledky, ale také zvraty, nečekaná vítězství, překonané rekordy. Se zrušením všech sportovních akcí možnost referování o těchto událostech skončila, a většina novinářů tak stála před bezprecedentní situací. Šlo o podstatné narušení do té doby platných stereotypů tvorby i hledání témat pro zpracování.

3.2.1 Proměna výběru témat

V tuzemsku zákaz sportovních událostí trval tři měsíce, což ovlivnilo většinu profesionálních lig. Nejviditelněji pak, i vzhledem k popularitě v české společnosti i sezónnosti, hokejovou extraligu, která se nedohrála. Mezi zlomové sportovní okamžiky pro českou sportovní žurnalistiku lze však počítat již únorový Světový pohár v biatlonu v Novém Městě na Moravě, kam byl z důvodu preventivního nařízení vlády ČR (ještě před vyhlášením nouzového stavu) zakázán vstup divákům. *„Dokonce se o tom jednalo ve sněmovně. Pamatuju si, jak tam Zbyněk Stanjura vystupoval a říkal: ‚Jak bez diváků? Sport nemůže být bez diváků!' A to byla v tu chvíli i naše první reakce. Sport se přece dělá pro lidi. Jak ho můžeme dělat bez diváků?"* popisoval první reakce na opatření šéfredaktor Sportu Martin Kézr.

V březnu se s vyhlášením nouzového stavu a s postupným zaváděním stále se zpřísňujících protiepidemických opatření pro konání veřejných akcí (nejdříve s omezeným počtem účastníků a posléze zákaz pořádání akcí jako takový) stále hůře hledala nová témata. *„De facto ze dne na den nebo z týdne na týden jsme neměli tu pěnu dní. Zpravodajství, od kterého se vždy snažíme odpíchnout a rozvíjet nějaká vlastní témata"* (O. Zoubek).

V prvních dnech a týdnech po zavedení nouzového stavu a v reakci na nastalé změny ve sportovním světě média zpočátku krize informovala o aktualitách – jaké sportovní události se ruší či přesouvají, jaká jsou platná protiepidemická opatření pro profesionální sport. Tématem byl i samotný covid-19 – kdo se ze známých sportovců potýká s onemocněním, jakým způsobem trénují v domácích podmínkách či co pro ně znamená zrušení sportovních akcí. Martin Kézr také upozorňuje na finanční stránku: *„Pro některé to opravdu byla existenční záležitost – já nemůžu sportovat, nemůžu trénovat, kde ty peníze budu brát?"* Ekonomické důsledky rušení sportovních událostí, a tedy nemožnost spousty profesionálních sportovců, klubů i sportovišť zajistit si dostatečné příjmy, byly taktéž jedním z témat, kterým se média zpočátku věnovala.

Tato témata však vydržela jen omezenou dobu, po níž přišlo období „tematického vakua", se kterým novináři v takové šíři byli konfrontování vůbec poprvé. *„Na začátku jsem nebyl úplně naštvaný, že mám méně práce. Ale když už to trvalo dlouho, všichni jsme chtěli, ať se to vrátí do normálu"* (O. Zoubek).

Podle Kézra absence nových událostí a na to navázaných témat způsobila pro řadu sportovních médií ztrátu unikátnosti obsahu. Podle Ivana Němečka bylo však možných témat paradoxně dost: „*Prostě se otevírala nová témata s covidem, která s tím úzce souvisela. Jednak byl samozřejmě prostor pro publicistiku, pro kterou normálně tolik prostoru není, protože pořád děláme aktuálky, zápasy, píšeme reportáže a podobně. To najednou opadlo, takže bylo spoustu prostoru na rozhovor se zajímavými lidmi, ke kterým se spousta z nás dlouho nemohla dostat…"* (I. Němeček), s čímž souhlasí také Ondřej Dluhí, který poukazuje na fakt, že nenastala situace, že by neměli sportovní novináři dostatek práce, avšak museli si hledat nová témata, kterými by zaujali čtenáře. Obsah se tak z čistě zpravodajských formátů (zpráva, reportáž, rozhovor) ze zápasů, závodů a turnajů přesunul více k publicistice a do té doby příliš nepokrývaným oblastem. Psaly se lifestylové články o sportovcích, „*jejich zážitky z lockdownu, karantény, jak trénují na trenažérech, jak jezdí virtuální závody. Dokonce jsme dělali pokusy, že jsme psali zpravodajství ze streamování FIFY, kterou hráli prvoligoví fotbalisté"* (T. Franěk).

Se zvýšenou snahou psát o osobních příbězích sportovců rovněž souhlasí Ondřej Škuba, který v redakci Aktuálně.cz tento druh obsahu dlouhodobě prosazuje: *„Nepsat o sportu, o událostech, ale psát o lidech, což je pro mě to nejzajímavější. To, když někdo kope do balónu, je pořád to stejné, když to takhle řeknu. Ale příběhy lidí jsou velmi zajímavé."* Sportovní redakce a především samotní novináři tak byli především donuceni v tomto období do značné míry „experimentovat" s tématy, která se mezi čtenáři uchytí, a která ne. *„…nebyly žádné mantinely, nebyly žádné zkušenosti, tak jsme to pokus-omyl dávali dohromady"* (J. Kalemba). Postupně se tak na stránkách sportovních redakcí objevovaly i další formáty: kvízy – *„jak vypadali sportovci jako děti"* (O. Zoubek); obsah založený na historických a archivních obsazích – *„v hokeji se vymyslel seriál, jmenoval se Sestava snů"* (A. Lacek) či významných dnech v minulosti: *„…my jsme víceméně z vlastní iniciativy založili seriál, který jsme nazvali Stalo se (...) Snažili jsme se naplánovat, co se v daný den před lety stalo"* (J. Daněk). S archivními materiály pracovala v době pandemie všechna oslovená média (blíže viz kap. 3. 2. 2)

Také kvůli absenci aktuálních témat začaly vznikat s postupujícím časem mediální obsahy s tématy do té doby sportovními redakcemi nesledovanými: *„V tom období v květnu, kdy se nehrálo opravdu nic, jsme udělali online z Běloruské ligy. To byl zápas Brest a tuším Dinamo Minsk. (...) Běloruská liga byla jediná, která se hrála" (O*

Škuba). Škuba v této reportáži využil informací českého trenéra Marcela Ličky, který v Bělorusku trénoval a online reportáž doplnil informacemi o hráčích a dalšími zajímavostmi. *„A vím, že to mělo velký úspěch. Lidé byli hladoví a deprivovaní, že se nic neděje“* (O. Škuba). Podobný postup, tedy snahu alespoň částečně vyplnit mediální prostor aktualitami, zvolila i další média: *„Nebo se hrála soutěž českých šipkařů. Ti hráli šipkařskou ligu a hráli na dálku, de facto v pokojíčku nebo někde od sebe z garáže, a jen to vysílali. Na dálku je řídil po telefonu rozhodčí a taky to bylo v televizi“* (O. Zoubek).

Důležité je však brát v potaz, že v řadě redakcí docházelo k omezení počtu směn (ČT Sport), či alespoň částečnému přesunutí části sportovních redaktorů na jiné – zpravodajské – posty v médiu (iDNES). V malé míře se tak sportovní novináři v Česku zapojovali i do tvorby mimosportovních témat. *„Vybavuju si, že jsem psal článek o aplikacích jako Whatsapp a podobně. Nějak jsem to měl polopaticky vysvětlit, byl to článek určený primárně pro důchodce o tom, jak se můžou stýkat s rodinou na dálku“* (O. Zoubek). Redakce Deníku například využila tehdejšího sportovního redaktora Jiřího Fišara, jenž bydlel v Litovli[72], pro psaní každodenního zpravodajského blogu o životě v uzavřeném městě. Sportovní redaktoři a fotografové regionálního Deníku také dostávali od vedení média zpravodajské úkoly: *„Řekli jsme: ‚Dobře, nefotíš Sigma – Sparta, ale půjdeš do Kauflandu a uděláš fronty na roušky.‘ Snažili jsme se je vytěžit trochu i mimo sport“* (O. Dluhí).

Zároveň Dluhí přiznává určitou ponořenost do tématu koronaviru. Novináři se museli vypořádat s krizovým informováním o covidu-19 z několika různých hledisek a zároveň zachovat všechny principy žurnalistické práce. *Jenže média v době covidu nedokázala mít nadhled sama nad sebou. Když jste v události ponořený a neustále o ní píšete, že máme počty mrtvých a hospitalizovaných a denně ta čísla sledujete a aktualizujete, nedokážete se od té události odpoutat a říct si: Dělám to dobře, dělám to blbě?“* (O. Dluhí).

Při absenci sportovních zpráv z dominantních sportů (pro Českou republiku respondenti nejčastěji zmiňovali fotbal, hokej či biatlon – vzhledem k sezónnosti) sportovní novináři informovali častěji o sportech a tématech, o kterých se psalo dříve jen

[72] Litovel, Uničov a Červenka byli 16. března 2020 kvůli zvýšeným počtům nakažených uzavřeny po dobu dvou týdnů.

okrajově. Podle Kézra se tím ale obecně nenarušilo postavení těchto dominantních sportů. Ba naopak. *„Spíš bych řekl, že* [se hegemonie fotbalu a hokeje] *umocnila, protože se ukázalo, že když nejede – plácnu – liga volejbalistů, tak to se společností nezahýbe. Ale když nejede liga fotbalu nebo hokeje, tak to zahýbe“* (M. Kézr).

Řadu sportovních redakcí – například ČT – nastalá situace přesvědčila k většímu působení na sociálních sítích (blíže viz kap. 3.2.3 Proměna tvorby obsahu), na kterých zároveň recipientům umožnila spolurozhodovat o dalších publikovaných tématech: „*...to pomohlo něčemu, o co já se snažím strašně dlouho, ale jde to velice pomalu, to znamená propojení vysílání s online světem“* (J. Kalemba). Z recipientů mediálních obsahů se tedy jistým způsobem stali gatekeepeři. Fanoušci mohli například hlasovat, který z archivních zápasů českého týmu chtějí vidět na obrazovkách.

3.2.2 Zdroje informací

S výběrem témat rovněž souvisí zdroje informací. Podle Kézra období koronaviru ještě zrychlilo a umocnilo přimknutí sportovních novinářů na sociální sítě. *„Najednou se začalo více přes sociální sítě komunikovat, jako: Končím kariéru, oznámil Federer na své sociální síti. Ještě před deseti lety by se musela svolat velká tiskovka, na kterou by byli pozvaní vybraní novináři, a Federer by řekl, že končí. Bez toho by to vůbec nešlo, a jinak by to úplně zapadlo. Dnes jsou novináři vytrénovaní na sociální sítě.“*

Dalším značně využívaným zdrojem informací v době pandemie byly archivní materiály, především nahrávky zápasů, utkání či závodů různých sportů[73]. Tento materiál redaktoři využívali například pro tvorbu vzpomínkových rozhovorů s již neaktivními sportovci, či přípravu jiných publicistických obsahů na webové stránky. V archivech se hledaly pro psanou online žurnalistiku také perličky z významných sportovních událostí minulosti či podklady pro zapomenuté příběhy slavných sportovců.

Za zásadní zdroj informací lze však v době koronavirových restrikcí označit samotné sportovce, s nimiž mají novináři mnohdy dloholeté úzké osobní vztahy. Ty se pak mohly (jako jedny z mála obsahů) přetvořit v autorský exkluzivní obsah: *„U mě to byly letité kontakty, kdy se najednou s lidmi můžete pobavit, protože i ti sportovci byli víceméně většinou někde zavření a taky neměli moc žádný kontakt“* (J. Kalemba).

[73] Televizní stanice ČT Sport například vysílala archivní záběry sportovních událostí i s dobovým komentářem v době přerušení sportovních událostí především k zaplnění vysílací doby.

Například redakce Deníku měla konkurenční výhodu především v závislosti na šířce jejího působení – tedy zastoupení redaktora v každém regionu: *„ …tím, že jsem z Přerova, tak v Přerovsku a okolí lidé chodí sami, znáte se s nimi osobně, tykáte si sami, někdy je to na nějaké kamarádské bázi“* (I. Němeček).

V Deníku pak našly také regionální kluby mediální prostor pro aktuality ohledně platných protiepidemických nařízení. *„A kolikrát to* (nařízení – pozn. aut.) *byly nesmysly, tak jsme o tom psali, aby o tom dali nějakým způsobem vědět, že už zase fungují, trénují, že děti mohou chodit, že jim teď ubyly… Tak nějak přirozeně, já to tak aspoň beru, jsem chtěl oddílům pomoct aspoň v tomhle“* (I. Němeček).

Podle některých novinářů naopak sportovní organizace a agentury, jež zastupují sportovce, začaly zneužívat nastalou situaci pro to, aby sportovci nebyli vystavováni kritickým otázkám: *„Dokonce bych řekl, že to šlo obrácenou cestou, že najednou kluby měly pocit, že oni si umí skrz sociální sítě mediální obraz utvořit sami. Což je hrozně komfortní pocit. Nikdo jim do toho nekecá, že zjistili: My ty novináře a kritickou reflexi novinářů vlastně nepotřebujeme“* (M. Kézr). Stejného názoru je také Robert Sára, který upozorňuje na to, že přes vlastní profily na sociálních médiích mohou sportovci (kluby a svazy) kontrolovat obsah, který se dostane na veřejnost. „*Takže myslím, že covid paradoxně uspíšil odstřihnutí týmů nebo klubů na top úrovni od klasických médií.“* Zároveň se podle Martina Kézra ukázalo, že tam, kde byly jisté komunikační bariéry mezi sportovci a novináři, se v době pandemie covidu-19 ještě zvětšily, namísto toho, aby se odbouraly. Zároveň upozorňuje na to, že kvůli absenci osobního kontaktu nejen že značně utrpěly již vybudované pracovní vztahy, online komunikace také téměř znemožnila, nebo minimálně velmi ztížila, budovat vztahy nové.

3.2.3 Proměna tvorby obsahu

Jak již bylo uvedeno výše, z předcovidového období zaměřeného především na publikování zpráv o aktuálních sportovních událostech, většina redakcí přešla do tvorby více publicistických obsahů založených na lifestylových rozhovorech a příbězích. Výraznější změny ve fungování a nutnost naučit se novým dovednostem pro tvorbu specifického obsahu ale období pandemie koronaviru podle respondentů nepřineslo. Již před pandemií totiž pro většinu oslovených redaktorů platilo, že pro zvládnutí jejich profese bylo nutné umět nejen psát, ale také fotit, natáčet, v mnohých případech upravovat fotky, stříhat videa či upravovat texty z pozice editora.

Pandemie covidu-19 však byla katalyzátorem pro působení sportovních redakcí především na sociálních sítích. Právě v tomto období zákazů pořádání hromadných akcí, zavřených institucí a silného omezení ve volném pohybu osob vzrostlo využívání sociálních sítí veřejností[74]. Řada sportovních médií tuto změnu zaznamenala a reagovala na ni zvýšením tvorby specifického obsahu pouze pro tyto sítě – ankety, kvízy, živé rozhovory se sportovci či živé podcasty. Pro tvorbu a publikování obsahu na sociální sítě velká část redakcí vytvořila další specializovaná pracovní místa: *„Před dvěma lety jsme ještě neměli nějakého experta na sociální sítě. Teď máme člověka, jehož pozice se jmenuje senior brand manager, který řeší jak reklamu, tak prezentaci na sociálních sítích. Ten má teď pod sebou další dva kluky, kteří spravují čistě Facebook, Twitter, a hlavně Instagram. A nově ve Sportu i TikTok"* (O. Kuchař).

Období covidu-19 dále uspíšilo odchod čtenářů z tištěných médií, jež mediální organizace MAFRA (MF DNES), Borgis (Právo) a Czech News Center (Sport) dlouhodobě pozoruje, a to jednak z důvodu zavřených trafik během první vlny koronaviru, jednak z důvodu neaktuálnosti zpráv v novinách, a také právě postupného přesunu velké části veřejnosti na sociální sítě, kde čtenáři taktéž vyhledávají mediální obsahy.

Po obnovení sportovních akcí všechny redakce podle oslovených novinářů opět přistoupily k referování o aktuálním dění, byť například Adam Lacek vnímá, že jistý tlak k většímu přesahu do publicistiky ve sportovních médiích zůstal: *„ ...pamatuju si, že jak se některé tyhle věci* (archivní příběhy – pozn. aut.) *během covidu chytly, pak byl důraz na nějaké příběhové články z historie. Ale tyhle věci se mění v podstatě pořád, postupem času. Tenhle rok přišlo doporučení psát víc článků tímhle stylem a směrem. Podle mě to ale najelo na tu stejnou vlnu, na které to bylo předtím, nemyslím, že se to nějak měnilo.* (...) *Určitě ne rapidně, maximálně lehce."*

3.3 Proměna role sportu z pohledu sportovních novinářů7

Jak jsem již v této práci zmínil, protiepidemická opatření v první vlně nemoci covidu-19 měla za následek zrušení takřka všech sportovních událostí nejen v České republice, ale i po celém světě. Sportovní novináři tak přišli nejen o klíčový zdroj témat,

[74] Zároveň se podle údajů společnosti Statista počet aktivních uživatelů sociálních sítí každým rokem výrazně zvyšuje – jen v roce 2022 se nově připojilo na různé sociální sítě téměř 400 milionu nových uživatelů (Kranjec 2022).

ze kterých čerpali informace pro svou činnost, ale také o zažité stereotypy a jistoty. V této kapitole se zaměřím na to, jak vnímali sportovní novináři v tomto období svou roli v médiích, jakou úlohu z jejich pohledu zastával sport ve společnosti a zda-li se zvýšený zájem veřejnosti o jiná témata v době krize (politika, zdravotnictví) rovněž promítl pozitivně či negativně na zájmu o sportovní tématiku.

Řada novinářů, především s ohledem na nemožnost predikovat délku tohoto na témata skoupého období, pociťovala existenční obavy a to především z ekonomické perspektivy média. *„Měl jsem opravdu strach o to, co s námi jako s redakcí bude. Jsou to naprosto legitimní ekonomické úvahy, že není potřeba mít tolik zaměstnanců,“* připouští Tomáš Franěk. Vzhledem k obavám z dosud neznámé nemoci a s informacemi o počtu mrtvých v zahraničí (především v Itálii a Španělsku), řada novinářů opatření zavedená českou vládou v této krizové situaci považovala za správná. *„Člověk měl možná pocit, že lidé cítí, že všechny restrikce jsou oprávněné. Že ta bublina, do které jsme se zavřeli, je dobrá a že ten sport je zkrátka zbytná věc. Bez něj můžeme být“* (R. Sára).

Všechny vybrané sportovní redakce (zpětně viděno) měly tu výhodu, že jsou součástí ekonomicky stabilních mediálních organizací, které zahrnují i zpravodajské redakce, jež v průběhu první vlny covidu-19 zaznamenaly zvýšený zájem recipientů o zpravodajství. Právě z toho důvodu nebyly postaveny před otázku dalšího fungování z pohledu ekonomické stability a případně na to navázaných škrtů v rámci personálního obsazení redakce (z výjimkou externích pracovníků, viz dále).

S časem však prvotní šok opadl, a novináři začali pociťovat stereotyp ve své pracovní činnosti: *„…pokud člověk nedělal autorské věci, byl naplněn negativitou“* (P. Jahoda). A to především z důvodu opakování stejných témat, o kterých zároveň informovala prakticky všechna sportovní média: *„Sám jsem cítil, že se vytrácí ta přidaná hodnota. Že jsi psal o něčem, cos viděl v televizi, což viděli i diváci. Cítil jsi, že děláš práci, kterou si lidé přečtou jen proto, že to viděli taky, ne proto, aby se dozvěděli něco jiného,“* popisuje Jan Daněk, zároveň však uvádí: *„…práci beru jako věc, kterou chci dělat dobře, ale zároveň to nepřeceňuju. Je to pořád přece jen práce.* (...) *myslím, že obzvlášť v té době by to neměl být důvod, proč se tím nervovat, trápit a stresovat.“*

Podle Martina Kézra utrpěl v této době společenský význam sportovních zpráv, *„…protože byly tak trochu cucané z prstu,“* s čímž souhlasí také Michal Osoba, který připouští, že z profesního pohledu byla situace ze začátku zajímavá především tím, že se

vymanil ze stereotypu: *„Změna v zažitých kolejích, kdy se každý rok akce opakují – objevovala se nová témata, noví lidé, ale když se to nikam neposouvalo, akce se neobnovovaly, čím dál více to bylo náročné i z pracovního pohledu. Nebylo to úplně příjemné, protože se témata tahala z paty a člověk už pomalu nevěděl, na koho se obrátit.“*

Postupně se proto novináři začali soustředit na tvorbu (v té době především publicistického) obsahu, který (namísto do té doby dominantní informační funkce) přisuzoval sportovnímu obsahu především funkci zábavní, „oddechovou“. Sportovní texty byly vnímány jako únik od reality. *„I když se mohlo zdát, že nám práce zmizela, já jsem nechtěl, aby to vypadalo, že se bez sportu dá žít, myslím, že pořád ten sport přináší do životů lidí nějaký eskapismus, radost, emoce. Bral jsem to tak, abychom tenhle fragment nějak zanechali“* (J. Kalemba). Vznikal tak převážně obsah soustředěný na připomínání významných sportovních událostí z minulosti v podobě příběhů a rozhovorů s pamětníky, či rozhovory se sportovci o jejich tehdejším každodenním životě. *„Obecně, to nemusí být vázané jen na covid, tenhle druh mediálního obsahu, který člověk může konzumovat v negativní době, může být právě útěk od reality a aspoň trochu mentální hygieny pro danou chvíli“* (P. Jahoda).

V období první vlny koronaviru rovněž například redakce iDnes.cz využívala sportovní publicistický obsah (vytvořený jako náhradu za klasické sportovní zpravodajství), i na hlavní stránce webu. *„Oni byli rádi, když si skladbu článku mohli rozředit něčím, co se toho viru úplně nedotýkalo. Třeba právě ten historický seriál, kde o viru nebylo ani slovo. Protože čím déle to trvá, tím jsou čtenáři více a více unavení a zajímá je to méně a méně“* (T. Franěk).

Veřejnost navíc s postupem doby stále častěji a hlasitěji dávala najevo odpor vůči tématu koronaviru v jakémkoli typu zpráv. Proto některé sportovní redakce toto téma vyčlenily a jejich cílem bylo především tehdejší situaci dále neeskalovat, což potvrzuje i O. Škuba. *„I my jsme pak zavedli určité embargo, že jsme zprávy ohledně covidu na turnajích a covidových opatření neřešili, protože to bylo pořád dokola – kauza Djoković, očkování a podobně,* (...) *už jsme se spíš, než covidová témata snažili vyhledávat normální, běžná, aby lidé měli pocit, že se svět neboří.“* Škuba zároveň dodává, že covid takový vliv na čtenost sportu překvapivě neměl. *„Naopak, ta situace na Ukrajině, ten odliv lidí z toho sportu je teď velmi patrný. Bavil jsem se o tom s kolegy z konkurenčních sportovních médií, ti zaznamenali to samé.“*

S proměnou jednak obsahu, jednak změny své primární role – tedy producenta sportovních zpráv, kterou do té doby zastávali sportovní novináři především – se s ohledem na pokles zájmu čtenářů o sportovní témata v některých médiích, vypořádali různě. Nejnáročnější obdobím si podle I. Němečka prošli věkově starší sportovní novináři, kteří *„neumí tolik reagovat na takovou náhlou změnu.“* Považuje však za důležité reflektovat individuální schopnosti a dovednosti novinářů, a proto nejde tuto domněnku zobecnit za prostý fakt. Příkladem může být devětadvacetiletý hokejový reportér Ondřej Kuchař: *„Byla určitá doba, že ani my novináři jsme nemohli na zápasy, to byla hrůza, proto tu práci nedělám, abych seděl doma na zadku, koukal na televizi a mluvil s lidmi přes telefon, dělám to, protože chci být v terénu a potkávat se se zajímavými lidmi a mluvit z očí do očí.“* Tento příklad tedy poukazuje na fakt, že problém s adaptací na vzniklou situaci neměli jenom starší novináři.

Většina respondentů, jež byla zahrnuta do výzkumu, potvrdila v prvním období koronavirových opatření výrazný pokles čtenosti na svých webech: *„absence olympiády, mistrovství Evropy ve fotbale a mistrovství světa v hokeji byla opravdu, opravdu znát a z února nebo března, kdy jsme měli biatlonové mistrovství světa, které je samozřejmě hodně sledované a čtené, přišel ohromný propad, který trval v podstatě do podzimu“* (J. Kalemba).

I přes pokles zájmu veřejnosti o sportovní tématiku a s ohledem na snížení objemu inzerce u komerčních médií – především z důvodu zrušení mezinárodních sportovních událostí, které s sebou do médií přinášejí největší množství financí – nedocházelo ve zkoumaných redakcích u interních zaměstnanců k rušení pracovních úvazků. *„Na druhou stranu nastal produkt toho, že se něco ušetřilo. Najednou nebyly zahraniční cesty, nebyly domácí ani zahraniční cesty, takže položka výdajů pro společnost byla na nule. Nikam se nejezdilo, nelétalo, to vlastně nešlo. To šlo taky dolů“* (R. Sára).

Některé redakce však v té době zavedly jiná opatření pro lepší zvládnutí ekonomických dopadů krize. Například nařídily bezpodmínečný výběr dovolené – například iSport nařízené vybrání 10 dnů dovolené do konce června; snížení platu – například Deník či iDNES; zkrácení pracovního poměru (a tak i snížení platu) – například ČT Sport. S úplnou ztrátou faktické podstaty své práce, a tak i příjmu, se však ve velké míře museli vypořádat externí zaměstnanci redakcí, především fotografové a kameramani.

Sportovní redaktoři z redakcí ČT Sport, iDNES nebo Aktuálně.cz začali v období 1. vlny pandemie (jaro 2020) vypomáhat ve zpravodajství. Buď se jednalo o nařízení ze strany vyššího managementu mediální organizace, nebo o dobrovolnou volbu redaktorů: *„…určitě to nebyl nějaký befel, spíš to byla nabídka, která byla lákavá. V té době nebylo tolik práce a najednou se objevil zdroj financí nebo to, jak by si člověk pracovní čas naplnil“* (P. Jahoda)[75].

Letní uvolnění většiny protiepidemických opatření mělo za důsledek také obnovení konání většiny sportovních událostí. Ty se konaly, jako jedny z mála hromadných akcí, i přes druhou, podzimní vlnu epidemie, kvůli které byla znovuzavedena většina preventivních nařízení z jarního období. Profesionální sportovní soutěže se konaly za přísných hygienických opatření se zákazem vstupu diváků, *„což dost změnilo i vnímání samotného sportu. Do té doby jsme to nikdo nepoznali, uvědomili jsme si, jak to bez lidí stojí za prd, že tomu strašně moc chybí. Atmosféra vůbec není taková“* (O. Kuchař). I vzhledem k zákazu vstupu diváků na sportovní události byla u novinářů vnímána zvýšená důležitost informování o sportovních událostech: *„…že když tam lidé nejsou, o to důležitější je to mé zpravodajství“* (O. Kuchař). Zároveň s obnovením tuzemských i zahraničních soutěží mohla veřejnost věnovat sportu svoji pozornost. To se odrazilo i ve statistikách návštěvnosti, které v období podzimu již byly na předcovidových hodnotách. *„Myslím, že se přišlo zpátky k tomu, že sport nějaké místo ve společnosti má. Je nějakým způsobem pro lidi důležitý“* (O. Zoubek).

3.4 Proměna pracovních mechanismů a redakčních rutin z pohledu současnosti

S postupným rozvolňováním většiny preventivních opatření od května 2021 se každá redakce zkoumaných médií vypořádala s návratem do „klasického“ stavu fungování jako před koronavirovou pandemii po svém. V tomto ohledu je důležité reflektovat i tu skutečnost, že v průběhu času nastaly takové sportovní události, které na jistou dobu změnily chod redakcí – především šlo o letní a zimní olympijské hry, které se konaly za přísných opatření proti šíření viru a na které byl zakázán, nebo silně omezen

[75] Ke kooperaci mezi zpravodajskou a sportovní webovou redakcí ČT dochází dlouhodobě, a to převážně v období mimořádných událostí, voleb či nemoci zaměstnanců. Externí pracovníci webové redakce sportu jsou využíváni na pokrytí především nočních směn ve zpravodajství na webovém portále ČT24.

vstup diváků. Tato skutečnost pak také ovlivnila práci novinářů. *„Takhle to bohužel bylo bez toho, co dělá olympiádu olympiádou, to znamená emocí, lidí, diváků, atmosféry, byť si myslím, že ve spoustě sportů se příběhy a úspěchy našly, a i tak to k lidem doputovalo. Ale nemůžu se zbavit pocitu, že kdyby to tam bylo, bylo by to ještě o něco lepší“* (J. Kalemba).

Sportovní redakce Aktuálně.cz především s ohledem na dlouhodobou formu práce na home office již před začátkem zavádění preventivních opatření pracovní režim po rozvolnění protiepidemických nařízení výrazně neupravovala. *„My už v polonouzovém režimu jedeme, vzhledem k tomu, že v relativně nižším počtu lidí musíme pokrývat sedm dní v týdnu. Vlastně využívám toho, že sem kluci nemusí chodit, jako jeden z benefitů pro ně. Vždycky se snažíme, aby v redakci někdo byl, buď já, nebo někdo z kolegů editorů nebo redaktorů, kteří bydlí v Praze a nejsou ze severní Moravy. Snažíme se tu udržovat nějakého styčného důstojníka na palubě, nicméně si nemyslím, že by covid nějak zasáhl do technického fungování redakce“* (O. Škuba) I z důvodu velikosti redakce se Aktuálně.cz dlouhodobě soustředí na rozvíjení témat přicházejících ze sportovního zpravodajství namísto pokrytí co nejširšího proudu sportovních zpráv: *„…nemůžeme mít ambici pokrývat každý ligový zápas ve fotbale a v hokeji a dělat ty rozhovory, které se třeba na iSportu čtou. Když u nás napíšete, že dal někdo dva góly ve Zlíně, tak to nikoho nebude zajímat. Musíme přemýšlet v širších souvislostech. Příběhů není nekonečno, hůř se hledají, nesypeš je každý den, ale baví mě to mnohem víc než jít na zápas udělat tisíckrát omletý rozhovor, kdy ti hráč popíše, jaké dal góly a podobně“* (O. Zoubek).

V redakci Deníku se i po uvolnění vládních nařízení většina komunikace, dříve vázaná na konání přímo v redakci, přesunula na online video platformu Teams. Výjimku tvoří jednou týdně osobní porada, na níž jsou přítomni vedoucí jednotlivých regionů. Rovněž se zachovalo online plánování pomocí cloudových nástrojů jako Google Disk, které bylo zavedeno v průběhu pandemie. *„Dříve jsme si věci psali na tabuli v redakci, protože jsme tam byli každý den, dnes máme sdílenou Google tabulku, do které každý redaktor dá svůj plán a všichni se na to mohou podívat kdykoli během dne, na telefonu“* (O. Dluhí) . Souvisí to však i postupným rušením všech okresních redakcí, a tak i nutností přejít k formě plánování obsahu a komunikace online.

Za jednu z nejviditelnějších proměn v reakci na covid-19 šéfeditor webu ČT Sport Jiří Kalemba považuje změnu pohledu televizní produkce na webové zpravodajství: *„…v*

rámci našich struktur a vnímání v televizi jsme získali mnohem větší respekt a více se s námi jako platformou počítá i v tom televizním médiu.“ Zároveň se změnila i *„potřeba toho být v jedné místnosti, protože jsme zjistili, že to může fungovat, i když jsme každý jinde, a opravdu to nemá ani na operativnost práce vliv. To, že se rozdělí téma nebo se něco stane, než si to řeknete mezi stoly, napíšete si to na Whatsappu a lidé to pořád vidí,“* což potvrzuje i Pavel Jahoda, který s ohledem na své redakční kolegy jako jeden z mála pravidelně chodí do redakce na Kavčích horách: *„Já jsem teď skoro výjimkou, skoro nepracuju z domu, protože mě to nebaví a cítím se skoro demotivovaný, a mám to relativně blízko, tudíž jsem jeden z mála, kteří chodí do kanceláře pravidelně, zatímco zbytek pokračuje v tomhle.* (...) *To, jak jsme měli dřív plnou kancelář, že jsme se tam potkali v pěti, se od doby covidu víceméně nestalo, maximálně jednou.“* Jak říká Jahoda, od té doby se již nestalo, že by byli v redakci přítomni všichni redaktoři osobně, především kvůli tomu, že jim práce na home office vyhovuje, ale práci a chod redakce to nikterak neovlivňuje.

Jako třetí podstatnou změnu ve fungování sportovní webové redakce Kalemba popisuje předplacení služby StreamYard pro vybrané redaktory, kteří tvoří podcast. S těmi má ČT Sport dlouhodobé zkušenosti. V době pandemie však museli přijít na způsob, jak i tyto aktivity přenést do online prostoru, *„protože do té doby jsme podcasty točili vždycky fyzicky na Kavčích horách ve zvukových režiích a hosté k nám chodili. Tohle nešlo, protože bylo strašně složité někoho, kdo v televizi nepracoval, do toho baráku dostat.“* Dodnes natáčení podcastu v redakci sportu ČT funguje stejně jako za koronavirových preventivních opatření. Redakci to umožňuje jednak tvorbu naživo vysílaných online streamů (především na sociálních sítích ČT) a zároveň může jejich záznam použít k dalšímu zpracování a zveřejnění na webových stránkách. Co se týká publikovaného obsahu s ohledem na žánr a vybraná témata, vrátila se tvorba ČT do předcovidového období. *„Hlavní náplň je tudíž pokrýt sportovní zpravodajství, které je vázané na sportovní události, které teď probíhají“* (P. Jahoda).

Výraznou změnou komunikace napříč redakcí prošla sportovní redakce iDNES, která ani po rozvolnění protiepidemických opatření neobnovila oficiální porady. *„Sami cítíme, že to není úplně dobré. Nějaká komunikace, porady nebo domlouvání funguje po telefonech“* (J. Daněk). Většina komunikace proto probíhá prostřednictvím online platforem, které byly využívány i v průběhu koronavirových opatření. Zároveň se však podle Daňka začali s rozvolněním do redakce vracet její pracovníci. V dnešní době tam

není pouze vedení: „ *…jsou tam dva weboví editoři, novinový editor, vedoucí dne a z každé sekce – máme hokej, fotbal a ostatní – je minimálně jeden redaktor.“*

V redakci iSportu po rozvolnění protiepidemických opatření přešly každodenní redakční porady do fyzické podoby, ale *„šéfredaktor nebo jeho zástupce, který je na poradě, s sebou bere i notebook, ten položí na stůl a kdokoliv se může připojit z domu na dálku přes Meet“* (O. Kuchař). Dle Kuchaře opatření v návaznosti na epidemii covidu-19 značně urychlila přechod do digitální podoby celkového fungování – a to jak po stránce komunikace, tak tvorby obsahu: *„dřív jsme měli všechno na nějaké vnitřní síti, všechny plány novin, kontakty, složky se statistikami, a pokud jste to chtěl mít z domu, musel jste se přihlásit na VPN na vzdálený přístup, pak se dostat do vnitřní sítě, bylo to takové komplikované. Covid všechno urychlil, že všechno u nás přešlo na Google, všechno máme na sdíleném disku a je to přístupné odkudkoliv z čehokoliv, z mobilu. To dříve nebylo.“* Vedlo to tak k zefektivnění určitých zavedených praktik: *„Opravdu myslím, že i časová zátěž je teď i díky tomu snesitelnější. Hodně věcí jde řešit na dálku, nemusíte tam být fyzicky, je to pro nás zevnitř uživatelsky příjemnější“* (A. Lacek). Pracovníci hokejové redakce, v níž Ondřej Kuchař působí, však již dříve využívali pro komunikaci online platformy, především aplikaci Whatsapp.

Druhou důležitou novinkou ve fungování redakce iSport.cz je, že home office, v pandemii jako vynucená pracovní norma, je bez větších problémů aplikovatelná i za normálního (nekrizového) fungování redakce. *„To znamená, že když se navzájem domluvíme, kolega na home office zůstat může. Dělají se věci jinak v tom, že když měl člověk dříve rýmu, do redakce normálně přišel, a teď když je nachlazený, zůstane doma. To vnímám jako velkou změnu. (...) Dříve by to bylo tak, že by se to snažil přeskládat tak, aby byl v práci nebo by pospíchal, ale teď řekne, že si musí něco zařídit a jestli nevadí, že by už zůstal doma“* (O. Kuchař). Lacek si však myslí, že několikaměsíční vynucený home office redakci uškodil, a to především novým externím i interním kolegům v redakci. *„Všechno dělali na dálku, lidi fyzicky nikdy nepotkali, všechno probíhalo přes e-maily. A je složité – tohle říkám ze své pozice editora – editovat text se začínajícím autorem na dálku. Buď si musíte dlouhé minuty volat, nebo to musíte vypisovat do e-mailu. Není to tak, že si ho můžete vzít k sobě a postupně mu všechno ukazovat. To si myslím je velká škoda a jedna ze signifikantních změn.“*

Začínající redaktoři tak neznají rutiny z doby před pandemií, kdy bylo běžné do redakce chodit a potkávat se tam s kolegy. Pro ně je běžné být doma u počítače a na zpětnou vazbu čekat v online prostoru. *To bude chvilku trvat, než se to vrátí do normálu, protože když se do redakce vracíme, tak externisté, kteří jsou u nás rok, rok a půl, vypadají, jako by v redakci byli měsíc. Neznají všechny lidi a sžívají se s vnitřními redakčními procesy"* (A. Lacek).

Další bodem, který se v období koronaviru ukázal jako stěžejní, je vzrůstající tlak na webové zpravodajství na úkor tisku. *„Teď je důraz na web, na sítě a tyhle věci. Tištěná verze bude ještě pár let vycházet. Čistě můj odhad je, že Sport jako noviny za pět let nebudou. Ale může to být za deset, nevím. Řekl bych ale, že to půjde rychle"* (A. Lacek). Zároveň zmiňuje, že je na celou redakci vyvíjen velký tlak na to, aby šli, i s ohledem na vzrůstající popularitu sociálních sítí, s dobou. *„Nejde ze dne na den změnit úplně všechno, ale postupně se snažíme to měnit, upgradovat, přidávat různé věci. Myslím, že se to daří"* (A. Lacek).

Podle Michala Osoby chod redakce Sportu prošel takovou proměnou, že se pak *„už nikdy nevrátil do starých kolejí."* Jednotlivá nařízení upravující chod redakce se podle něj měnila v průběhu pandemie podobně rychle jako nařízení české vlády. *„Často se během týdne vyměnily dvě protichůdné informace o tom, jak to vlastně má fungovat. Když někdo tehdy fungoval na home office, často u toho zůstal, maximálně jsme se sešli na pondělní porady, ale jinak to i během léta fungovalo více online než v minulosti"* (M. Osoba). Podle Martina Kézra má s tímto „covidovým odstřižením" řada novinářů doposud problém. Robert Sára pak doplňuje: *„Myslím, že fungování redakcí a komunikace se vrací do starých kolejí, ale nikdy nebudou úplně ty stejné, staré, jako dřív, protože najednou jsme zjistili, že můžeme spolu mluvit na dálku a nikomu to nevadí."*

Za zásadní bod po zrušení preventivních opatření na pracovišti respondenti uváděli především celoredakční pondělí porady, na kterých se schází většina pracovníků: *„tam lidé chodí a je jich tam hodně"* (R. Sára). Covid však novinářům ukázal, že každodenní osobní interakce s dalšími kolegy není nutná. *„Více věcí a komunikace určitě probíhá v online módu. Což je za mě benefit covidu, že se zjistilo, že spousta věcí, na kterých se bazírovalo, není nutná,"* (M. Osoba) Což potvrzuje i Robert Sára, podle nějž díky tomu média fungují rychleji a svižněji. Zároveň však vnímá, že dlouhodobá absence

offline porad měla negativní vliv na celkové fungování redakce. „*Z lidí se hodně stali solitéři, a teď to nemyslím pejorativně, ale každý jede podle sebe a chybí tam porada ve smyslu brainstormingu nebo týmové práce.*“

Zároveň se obdobím koronaviru podle Sáry zvýšila osobní odpovědnost novinářů: *„To znamená, že jestli kašlu, zůstanu tři, čtyři dny doma. Každý to pochopí. Dříve, když člověk řekl, že má rýmu a že zůstane doma, tak na toho člověka koukali, že je to klasický chlap, který má nejhorší nemoc na světě. Dneska je to z preventivních důvodů.“*Výhodu povolání novináře spatřuje v tom, že nezáleží na fyzické vzdálenosti od redakce, protože i se zdroji, s nimiž pracuje, se může spojit telefonicky či přes online platformy a nijak tak neutrpí kvalita odvedené práce.

Co se týče samotné práce v terénu – rozdíl spočívá především v nastavených nařízeních daného sportu. *„Mně se třeba tolik nezměnila, protože v mix zónách komunikace se sportovci na mých menších sportech funguje jako dřív, ale vím, že například u fotbalu stále tiskové konference po zápasech probíhají v online módu, novináři nemají ani přístup ke sportovcům a hráčům po zápase, což byl dřív standard. Často si na to stěžují, a kluby zjistily, že jim to vyhovuje takhle, že si mohou samy připravit výstupy, dají je třeba na webové stránky. Kluby trochu podle mě zneužívají důsledků covidu v tom, že si to upravily tak, jak jim to vyhovuje“* (M. Osoba). PR pracovníci klubů tak získali během pandemie prostředek, pomocí něhož dokážou prosadit témata, která chtějí, bez kritických otázek ze stran novinářů už z prostého faktu, že novináři ztratili možnost se osobně zeptat, *„Oni vlastně nechtějí opustit tohle prostředí, které my jsme brali a pořád ho bereme, jako provizorní, doplňkové řešení“* (M. Kézr). Kézr tak považuje období protiepidemických opatření vzhledem k fungování redakce za jakýsi katalyzátor proměn, které se děly v médiích dlouhodobě: *„Trend médií byl, ale covid se pojímal černobílými řešeními.“*

Závěr

Cílem této diplomové práce bylo za pomocí kvalitativní metody, konkrétně polostrukturovaných rozhovorů, zjistit a přiblížit, jak se změnilo každodenní fungování online sportovních redakcí v závislosti na zavedení opatření v průběhu pandemie covid-19. Dále mě zajímalo, jaké změny se v pracovních rutinách – redakcí i jejich členů – v období pandemie koronaviru zachovaly do současnosti, a cílem bylo také je specifikovat.

Původní počet dvanácti respondentů z šesti médií (Aktuálně.cz, ČTSport.cz, Deník.cz, iDNES.cz, iSport.cz a Sport.cz) jsem v průběhu výzkumu rozšířil o jednoho respondenta – redaktora Sport.cz Roberta Sáru, který mi poskytl další informace k tomuto tématu především s ohledem na skutečnost, že v době začátku pandemie pracoval ve sportovní redakci iDNES.cz a v průběhu roku 2021 přešel do konkurenčního média. Dokázal tak srovnat redakční rutiny nastolené v obou médiích v období pandemie.

Z výzkumu vyplynulo, že každá z vybraných redakcí před zavedením nouzového stavu v České republice (a tedy před zavedením vládních protiepidemických opatření) zvolila jinou strategii ochrany svých zaměstnanců proti případnému šíření viru SARS-CoV-2. Převážně se však jednalo o doporučení založená na zodpovědném osobním přístupu každého člena redakce. Oficiální nařízení na změnu pracovních rutin ze strany vedení médií přišla po prvních potvrzených případech nemoci covid-19 v České republice 1. března 2020. Jednalo se především o omezení pobytu v redakci pro ty členy, kteří nebyli pro její chod klíčoví. Se zavedením nouzového stavu 12. března 2020 Úřadem vlády České republiky, a na to navázaných opatření, všechny redakce nařídily změnu pracovního režimu na home office. Tato změna proběhla ve všech vybraných redakcích rychle a s minimem problémů vzniklých na straně média. Pokud problém nastal, byl způsobený technickými dovednostmi nebo nedostatečnou rychlostí domácího připojení na straně jednotlivých novinářů. Home office byl společně s postupným rušením všech sportovních událostí zásadním spouštěčem transformace dříve nastolených pracovních rutin většiny redakcí.

Razantní změnou prošla vnitřní komunikace redakcí. Hlavními komunikačními nástroji se v té době staly online aplikace, jež zprostředkovávaly jednak každodenní komunikaci mezi jednotlivými novináři, ale také celoredakční porady, které do té doby u většiny redakcí probíhaly osobně. Adaptace na tuto změnu komunikace byla u pracovníků redakcí různá. Odvíjela se zejména od pozice, a tedy náplně práce

jednotlivých žurnalistů, ale také od individuálních technických dovedností a schopnosti rychle se přizpůsobit krizi. Největší obtíže se změnou komunikace zaznamenali ti pracovníci, kteří vykonávali funkci editorů či grafiků, a to zejména kvůli povaze své práce. Ta se totiž ukázala být podstatně závislá na fyzické přítomnosti v redakci a převedením do online prostoru kvalita a rychlost komunikace utrpěla.

Někteří respondenti také ve výzkumu uváděli, že s nařízenou formou práce z domova měli v průběhu jejího vykonávání problém, a to i přesto, že některé redakce ze zkoumaného vzorku měly částečný home office již zavedený v období před pandemií covidu-19. Mezi nejčastěji zmiňovanými problémy byla horší komunikace s ostatními členy redakce a hůře oddělitelný pracovní a mimopracovní život novinářů. Většina recipientů však potvrdila zefektivnění dosavadních pracovních rutin především v oblasti každodenního plánování práce, jež se zcela přemístilo do online prostoru.

Z důvodu postupného rušení sportovních akcí v České republice i ve světě se v prvním období pandemie dramaticky proměnil publikovaný obsah všech zkoumaných médiích. Po prvních týdnech informování o zrušených sportovních událostech, tedy stále zachované zpravodajské podstaty práce, byl následně kladen důraz především na tvorbu publicistického obsahu v podobě rozhovorů, příběhů, anket či kvízů, a to nejen ze současnosti, ale především z minulosti. Řada novinářů přiznala, že redakce byly v této době nuceny experimentovat ve tvorbě obsahů i s ohledem na zvolená témata. Některá z nich by podle novinářů nebyla za běžného stavu fungování v redakcích publikovaná buď vůbec, nebo ve velmi omezeném rozsahu.

Ve velké míře novináři využívali archivní materiály, na kterých stavěli svou agendu. S postupujícím časem většina médií začala také tvořit obsah na pomezí sportovních a lifestylových témat. Ve všech zkoumaných redakcích tedy došlo k výraznému odklonu od zpravodajství k publicistice. S rozvolněním vládních protiepidemických nařízení (a obnovením většiny sportovních akcí) během léta 2020 došlo k navracení aktuálního sportovního zpravodajství jako stěžejního formátu u všech zkoumaných médií.

Nejčastěji zmiňovanými zdroji informací v období jarní pandemie koronaviru byly sociální sítě a archivní záznamy. Neméně častým zdrojem byli samotní sportovci (resp. sportovní organizace a agentury, jež sportovce zastupují). Někteří novináři se však domnívají že nastalou krizovou situaci řada sportovních organizací do dnešních dní zneužívá a do jisté míry (i s narustající dominancí sociálních sítí, pro které byla pandemie

zvláště v roce 2020 výrazným obdobím růstu počtu aktivních uživatelů) se postupně vzdává dlouhotrvajícího sepětí s tradičními médii. Dochází tak k proměně celkové práce se zdroji – pandemie byla dle respondentů pouhým urychlením přechodu od kritického přístupu ke zdroji *novinář – sportovec* (klub, organizace) k přímé, nekritické a jednosměrné komunikaci *sportovec – fanoušek*.

Část novinářů však ve výzkumu uvedla, že v této době hrály důležitou roli dlouholeté dobré osobní vazby novinářů se sportovci, pomocí nichž média získávala exkluzivní obsah pro další zpracování. Zároveň také upozorňovali na to, že skrze online komunikaci tyto vztahy nedokázali nejen prohlubovat, ale ani kvalitně navazovat.

Většina novinářů nesouhlasila s tvrzením, že by byli v období pandemie přinuceni se naučit novým dovednostem. Podstatná část z nich totiž již před koronavirovou pandemií musela pro zvládnutí každodenních pracovních úkonů umět více dovedností zároveň. Mezi nejčastěji zmiňovanými byly (kromě psaní): revize textů a samostatné vkládání vytvořených mediálních obsahů na web, pořizování a úprava fotografií a natáčení audiovizuálních materiálů a jejich úprava.

Část redakcí se zrušením sportovních událostí a sníženou četností publikování sportovního zpravodajství potvrdila také snížený zájem o sportovní témata ze strany recipientů, který byl dle jejich názoru vyvolaný krizovou situací. Zároveň však většina novinářů uvedla, že považovala sportovní tématiku v tomto období za jistý únik od této krize a nepřipouštěla, že by jejich práce byla v období pandemie nedoceňovaná.

Výzkum tak došel k závěru, že pandemie covidu-19 měla dopad v pracovních rutinách sportovních novinářů nejvýrazněji ve dvou oblastech, a to v rapidním rozšíření možnosti práce na home office, který si všechny redakce v částečné či úplné míře zachovaly dodnes, a v na to navázaném pružnějším a efektivnějším způsobu interní komunikace v online prostoru. Po rozvolnění všech vládních nařízení se ani dnes redakce v těchto oblastech zcela nevrátily ke svému před-pandemickému fungování.

Výzkumem popsanou situaci, tedy fungování online sportovních redakcí během pandemie covidu-19, a částečné nastínění jejich fungování dnes, by bylo jistě vhodné dále detailně prozkoumat, a to například pomocí obsahové analýzy či kritické diskurzivní analýzy.

Seznam zkratek

ČOV – Český olympijský výbor

ČT – Česká televize

FAČR – Fotbalová asociace České republiky

HO – home office

ME – Mistrovství Evropy

MF – Mladá fronta

MS – Mistrovství světa

OH – Olympijské hry

Zdroje

Literatura

- ANDREWS, Phil. *Sports journalism. A Practical Introduction*. Thousand Oaks, 1. vyd. California: SAGE Publications Ltd, 2005, 192 s. ISBN 978-1412902700.
- BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing, 2011, 210 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3452-1.
- BOLTER, David Jay a GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Massachusetts: MIT Press, 2000, 312 s. ISBN 978-0262522793.
- BOYLE, Raymond. *Sports journalism. Context and Issues*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Ltd, 2006, 208 s. ISBN 1-4129-0797-7.
- BRYMAN, Alan. *Social research methods*. 4. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2012, 766 s. ISBN 978-0-19-958805-3.
- BUKOVJAN, Lukáš. *Dopad protiepidemických opatření v souvislosti s onemocněním covid-19 na sportovní televizní vysílání*. Olomouc, 2022. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta. Katedra mediálních a kulturálních studií a žurnalistiky.
- BULL, Andy. *Multimedia Journalism. A Practical Guide*. 1. vyd. Londýn: Routledge. 2010, 512 s. ISBN 978-0415478236.
- BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal, 2001, 391 s. ISBN 8085947676.
- CRAIG, Richard. *Online journalism: reporting, writing, and editing for new media*. 3. vyd. Belmont: Thomson/Wadsworth, 2005, 284 s. ISBN 05-345-3146-6.
- ČUŘÍK, Jaroslav a BURGR, Rudolf. *Nové trendy v médiích. I, Online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita, 2012, 239 s. ISBN 978-80-210-5825-5.
- ČUŘÍK, Jaroslav. *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2014, 156 s. ISBN 978-80-210-7589-4.
- DĚKANOVSKÝ, Jan. *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán, 2008, 183 s. Bod. ISBN 978-80-7363-131-4.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4. vyd. (reedice). Praha: Karolinum, 2011, 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.

- DLOUHÝ, Martin. *Krizová komunikace v zátěžových situacích*. Praha: Univerzita Karlova, 2014, 98 s. Učební texty. ISBN 978-80-87647-12-7.
- DOČEKALOVÁ, Markéta. *Tvůrčí psaní pro každého: jak psát pro noviny a časopisy, jak vymyslet dobrý příběh, praktická cvičení*. Praha: Grada Publishing, 2006, 152 s. ISBN 802471602X.
- FOUST, James C. *Online journalism: principles and practices of news for the web*. 1. vyd. Scottsdale: Holcomb Hathaway, 2005, 271 s. ISBN 18-908-7156-7.
- FOUST, James C. *Online journalism: principles and practices of news for the web*. 3. ed. vyd. Scottsdale: Holcomb Hathaway, 2011, 320 s. ISBN 978-1-934432-17-4.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 408 s. ISBN: 80-7367-040-2.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2016. 440 s. ISBN: 978-80-262-0982-9.
- JAKUBOWICZ, Karol. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Překlad: Svatava Navrátilová. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2013, 334 s. ISBN 978-80-87500-38-5.
- JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006. 353 s. ISBN 978-0-8147-4281-5.
- JÍLEK, Viktor. *Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2005, 125 s. ISBN 80-244-1246-2.
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. 2. přep. vyd. Praha: Portál, 2015, 390 s. ISBN 978-80-262-0743-6.
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007, 207 s. ISBN 9788073672874.
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 8071786977.
- JIRKŮ, Jan. *Žurnalistická profese 2.0*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020, 101 s. ISBN 978-80-246-4610-7.
- KABELE, Jiří a MLČOCH, Lubomír, ed. *Institucionalizace (ne)odpovědnosti: globální svět, evropská integrace a české zájmy. 1, Přelom druhého a třetího*

tisíciletí z pohledu společenských věd. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2001, 363 s. ISBN 80-246-0378-0.

- KOLODZY, Janet. *Convergence Journalism: Writing and Reporting across the News Media*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2006, 288 s. ISBN 978-0742538863.
- LOWREY, Wilson. *News Routines*. In: The Concise Encyclopedia of Communication. 1. vyd. Maldeen, MA: Willey Blackwell, 2015. p. 407–408. ISBN 978-1-118-78930-8.
- MACEK, Jakub. *Poznámky ke studiím nových médií*. Brno: Masarykova univerzita, 2013, 199 s. Media. ISBN 978-80-210-6476-8.
- MACEK, Jakub. *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011, 71 s. ISBN 978-80-7464-025-4.
- MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Překlad: Hana LOUPOVÁ. Praha: Portál, 2004, 182 s. ISBN 80-7178-840-6.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. roz. a přep. vyd. Překlad: Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Překlad: Marcel KABÁT a Jan JIRÁK. Praha: Portál, 1999, 447 s. ISBN 8071782009.
- MINÁŘOVÁ, Eva. Stylistika pro žurnalisty. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 289 s. ISBN: 978-80-247-2979-4.
- MLČOCH, Lubomír a KABELE, Jiří, ed. *Institucionalizace (ne)odpovědnosti: globální svět, evropská integrace a české zájmy*. 2, Proměna české společnosti. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2001, 549 s. ISBN 80-246-0432-9.
- MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016, 188 s. Společnost, sv. 13. ISBN 978-80-200-2572-2.
- OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha: Libri, 2002. 240 s. ISBN 8072771086.
- OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, 256 s. ISBN 8085983761.

- OSVALDOVÁ, Barbora, ed. *Zpravodajství v médiích*. 3. ed. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2020, 139 s. ISBN 978-80-246-4612-1.
- PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN: 978-80-245-1742-1.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
- REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada Publishing, 2009, 184 s. ISBN 978-80-247-3006-6.
- REINARDY, Scott a WANTA, Wayne. *The Essentials of Sports Reporting and Writing*. 1. vyd. New York: Routledge, 2009, 347 s. ISBN 14-106-1876-5.
- RUß-MOHL, Stephan a BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada Publishing, 2005, 292 s., [24] s. obr. příl. ISBN 8024701588.
- SEDLÁČEK, Josef. *Kapesní slovník latinsko-český a česko-latinský a latinská slova používaná v češtině*. Praha: Československý spisovatel. 2011, 1124 s. ISBN 978-80-87391-82-2.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 548 s. ISBN: 978-80-247-3568-9.
- SHOEMAKER, J. Pamela a REESE, D. Stephen. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 2. ed. vyd. White Plains, N.Y.: Longman, 1996, xiv, 313 s. ISBN 08-013-1251-5.
- SPRADLEY, P. James. *The ethnographic interview*. 2. vyd. (reedice). Illinois: Waveland Press, Inc., 2016. 247 s. ISBN 978-1-4786-3207-8.
- ŠMÍD, Milan a TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009, 206 s. ISBN 978-80-246-1661-2.
- TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 8073670968.
- VALČEK, Peter. *Slovník teórie médií A-Ž*. Bratislava: Literárne informačné centrum, 2011, 352 s. ISBN 978-80-8119-042-1.

- VOLEK, Jaromír. *Konstrukce morální paniky a sociální exkluze*. Sociální studia. Fakulta sociálních studií MU Brno, 2000, roč. 2000, č. 5, s. 97-113, 16 s. ISSN 1212-365X.
- VYMĚTAL, Štěpán. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Praha: Grada Publishing, 2009, 176 s. Psyché. ISBN 978-80-247-2510-9.
- WIGGIN, Carla. *Introducing Qualitative Research in Psychology*. 2. vyd. Berkshire: Open University Press, 2008, 244 s. ISBN 978-0-335-22115-8.

Internetové zdroje

- ADAMS, Williams C. *Conducting semi-structured interviews*. In: Handbook of Practical Program Evaluation. 4. vyd. [online]. 2015, [cit. 12-10-2022]. ISBN 978-1118893609. Dostupné z: doi:10.1002/9781119171386.ch19
- ANDRISÁK, Daniel. *Jak vypadal rok 2020 z pohledu sporttu aneb Horor s názvem covid*. In: Seznam zprávy [online]. 28. 12. 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.seznamzpravy.cz/clanek/jak-vypadal-rok-2020-z-pohledu-sportu-aneb-horor-snazvem-covid-134566
- ANWAR, Ayesha, Meryem MALIK, Vaneeza RAEES a Anjum ANWAR. *Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic*. Cureus 12(9) [online]. 2020, s. 8 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: doi:10.7759/cureus.10453
- BOYLE, Raymond. *Reflections on Communication and Sport: On Journalism and Digital Culture*. In: Communication & Sport [online]. 2012, 88–89 [cit. 2-11-2022]. Dostupný z: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2167479512467978
- COLE, Andrew W. *Online interview*, The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods [online]. In: California: SAGE Publications. 2017. [cit. 8-11-2022]. ISBN 9781483381435. Dostupné z: https://sk.sagepub.com/reference/the-sage-encyclopedia-of-communication-research-methods/i9981.xml
- COTTLE, Simon. *Global Crisis Reporting: Journalism in the Global Age* [online]. Maidenhead: Open University Press, 2009 [cit. 15-11-2022]. ISBN 978-0-335-22138-7. Dostupné z:

https://www.researchgate.net/publication/268518701_Global_Crisis_Reporting_Journalism_i n_the_Global_Age

- *Časopisy Katka, Marie Claire, Joy, Náš útulný byt i Pošli recept končí*. In: Médiář [online]. 2. 12. 2020 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://www.mediar.cz/casopisy-katka-marie-claire-joy-nas-utulny-byt-i-posli-recept-konci/
- *Decreased average media budgets due to coronavirus during 1st half and full year of 2020, by region*. Statista [online]. [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/1154849/media-budget-coronavirus-worldwide-by-region/
- DHANANI, Lindsay Y. a FRANZ, Berkeley. *The Role of News Consumption and Trust in Public Health Leadership in Shaping COVID-19 Knowledge and Prejudice*. In: Frontiers in Psychology [online]. 2020 [cit. 20-11-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.560828
- DUPAGNE, Michel a GARRISON, Bruce. A *Case study of media convergence at media general's. Tampa news center. Expanding Convergence: Media Use in a Changing Information Environment* [online]. 2003, 1 [cit. 9-11-2022]. Dostupné z: https://kipdf.com/a-case-study-of-media-convergence-at-media-general-s-tampa-news-center_5ad971b97f8b9a864b8b4604.html
- *Epidemie koronaviru*. Vláda České republiky [online]. Aktualizace 14. 07. 2022 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.vlada.cz/cz/epidemiekoronaviru/dulezite-informace/prehled-vladnich-usneseni-odvyhlaseni-nouzoveho-stavu-180608/#brezen
- FINNEMAN, Teri a Ryan J. THOMAS. *"You Had to be Reporting Constantly": COVID-19's impact on U.S. weekly newspapers' journalistic routines*. In: Newspaper Research Journal [online]. 2021, 42(3), s. 330–345 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.1177/07395329211030390
- FORTUNATI, Leopoldina. *Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media*. In: Gazette, 2005, 67(1), s. 27–44. [cit. 18-11-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.1177/0016549205049177
- GOODMAN, Leo A. Snowball Sampling. Annals of Mathematical Statistics [online]. 1961. s. 32, 148–170 [cit. 21-10-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.1214/aoms/1177705148

- GRIČOVÁ, Andrea. *První výskyt koronaviru v Evropě. Francie hlásí dva případy*. In: Deník [online]. 24. 1. 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.denik.cz/ze_sveta/francie-hlasi-prvni-vyskyt-koronaviru-ma-dva-pripady-20200124.html
- HARE, Kristen. *The coronavirus has closed more than 30 local newsrooms across America. And counting*. In: Poynter. [online] 2. 12. 2021. [cit. 19-10-2022]. Dostupné z: https://www.poynter.org/locally/2021/the-coronavirushas-closed-more-than-100-local-newsrooms-across-america-and-counting/
- HARVEY, William S. *Methodological Approaches for Junior Researchers Interviewing Elites: A Multidisciplinary Perspective* [online]. 2009. Kanada: Department of Geography, University of British Columbia, 33 [cit. 24-10-2022]. Dostupné z: https://egrg.org/wp-content/uploads/2014/02/egrg_wp0109-Harvey-1.pdf
- HEIFETZ, Terry. *The Multimedia Assignment Editor and Producer*. In: Convergent Journalism an Introduction: Writing and Producing Across Media [online]. 2005, s. 21–35. [cit. 18-11-2022]. ed. by QUINN Stephen, FILAK Vicent F. Boston: Elsevier. ISBN 978-0240807249. Dostupné z: https://doi.org/10.4324/9780080468440
- HOSENSEIDLOVÁ, Petra a VRLÁK, Marek. *Hygienici kvůli koronaviru uzavřeli Litovel, Uničov i Červenku na Olomoucku. Oblast střeží policisté*. In: ČT24 [online]. 16. 3. 2020 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3062958-hygienici-kvuli-koronaviru-uzavreli-litovel-unicov-i-cervenku-na-olomoucku-oblast
- *Infodemie*. In: Infomore [online]. [cit. 20-11-2022]. Dostupné z: https://www.infomore.cz/cs/slovnik/infodemie/
- JUNA, Petr. *Druhý nouzový stav v Česku: Trojnásobná doba, nesrovnatelně horší čísla*. In: Seznam zprávy [online]. 12. 4. 2021 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.seznamzpravy.cz/clanek/druhy-nouzovy-stav-v-cesku-trojnasobna-doba-nesrovnatelne-horsi-cisla-150367
- KLAPAL, Ondřej, MAŠKOVÁ, Martina, LUPTÁKOVÁ, Věra. *Sociální sítě a komunikátory bojují proti šíření dezinformací a řetězovému přeposílání zpráv*. In: Plus Rozhlas [online]. 9. 4. 2020 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z:

https://plus.rozhlas.cz/socialni-site-a-komunikatory-bojuji-proti-sireni-dezinformaci-a-retezovemu-8179821

- KOSTÍNKOVÁ, Jana, ČERMÁK, Ivo. *Interpretativní fenomenologická analýza*. In: Kvalitativní fenomenologická analýza [online]. 2013, [cit. 22-11-2022]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/281745581_Interpretativni_fenomenologicka_analyza
- LATZER, Michael. *Convergence Revisited Toward a Modified Pattern of Communications Governance*. In: Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies [online]. 30. 10. 2009. 15(4) s. 411–426. [cit. 5-11-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.1177/1354856509342342
- MILLER, Larry E., BHATTACHARYYA, Ruemon, MILLER, Anna L. *Spatial Analysis of Global Variability in Covid-19 Burden*. Risk Management and Healthcare Policy [online]. 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: doi:10.2147/RMHP.S255793
- MURDEN, Terry. *Newspaper sales slump during lockdown.* In: Daily Business [online]. 23. 5. 2020 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://dailybusinessgroup.co.uk/2020/05/newspaper-sales-slump-during-lockdown/
- *Nastala druhá vlna koronavirové epidemie, prohlásil Prymula. Česko je třetí nejzasaženější zemí EU*. Hospodářské noviny [online]. 19. 9. 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://domaci.hn.cz/c1-66815350-v-cesku-je-druha-vlna-koronavirove-epidemie-prohlasil-prymula-jsme-treti-nejzasazenejsi-zemi-v-eu
- *Nouzový stav.* In: Ministerstvo vnitra České republiky [online]. 12. března 2020. Dostupné z: https://www.mvcr.cz/clanek/zpravodajstvi-nouzovy-stav.aspx
- PANCÍŘ, Tomáš, ŠKOULOVÁ, Tereza. Třítýdenní lockdown v Česku: jaká opatření platí a jaké máme vyhlídky? Radiožurnál [online]. 1. 3. 2021 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://radiozurnal.rozhlas.cz/tritydenni-lockdown-v-cesku-jaka-opatreni-plati-a-jake-mame-vyhlidky-8436981
- PANČOCHOVÁ, Natálie, MACKOVÁ Veronika. *Metažurnalistický diskurz jako stabilizátor žurnalistiky v době pandemie COVID-19*. In: Infomore [online]. 11. 10. 2021 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://www.infomore.cz/news-

detail/cs/60-metazurnalisticky-diskurz-jako-stabilizator-zurnalistiky-v-dobe-pandemie-covid-19/

- PERREAULT, Gregory, PERREAULT, Mildred F., MAARES, Phoebe. *Metajournalistic Discourse as a Stabilizer within the Journalistic Field: Journalistic Practice in the Covid-19 Pandemic*. In: Journalism Practice [online]. 2021, 16 (2–3) 2022, 365-383 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1949630
- PETERKA, Jiří. *Na počátku byl ARPANET*. 1995. In: Computerworld 4/95 [online]. [cit. 29-10-2022]. Dostupné z: http://www.earchiv.cz/a95/a504c502.php3
- POSPÍCHAL, Zbyněk. *Blokování dezinformačních webů je formou nutné obrany*. In: Lupa [online]. 3. 3. 2022. [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://www.lupa.cz/clanky/blokovani-dezinformacnich-webu-je-formou-nutne-obrany/
- *Profesionální sport dostal od vlády zelenou. Ligové soutěže se mohou při splnění podmínek rozběhnout*. In: iRozhlas [online]. 2. 11. 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/sport/fotbal/vlada-hokej-fotbal-liga-restart-narodni-sportovni-agentura-hnilicka_2011021653_mov
- RADCLIFFE, Damian. *The impact of COVID-19 on journalism in Emerging Economies and the Global* South. In: Thomson Reuters Foundation [online]. 2021 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://www.trust.org/documents/covid-report.pdf
- ROŽÁNEK, Filip. *Stanice Rebel 2 Slušnej kanál se do éteru letos nevrátí*. In: Lupa [online]. 14. 1. 2021a [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://www.lupa.cz/aktuality/stanice-rebel-2-slusnej-kanal-se-do-eteru-letos-nevrati/
- SCIRE, Sarah. *Covid-19 has hit newspaper companies hard, but revenue at Fox News and local TV companies rose*. In: NiemanLab [online]. 29. 10. 2020 [cit. 18-11-2022]. Dostupné z: https://www.niemanlab.org/2020/10/covid-19-has-hit-newspaper-companies-hard-but-revenue-at-fox-news-and-local-tv-companies-rose/
- SEEGER, Matthew W., ULMER, Robert R., NOVAK, Julie M. a SELLNOW, Timothy. *Post-crisis discourse and organizational change, failure and renewal*.

In: Journal of Organizational Change Management [online]. 2005, 18(1), 78-95 [cit. 18-11-2022]. Dostupné z: doi:10.1108/09534810510579869

- SHOEMAKER, Pamela J. a VOS, Timothy. *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge [online]. 2009 [cit. 2-11-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.4324/9780203931653
- SCHNIRRING, Lisa. *China releases genetic data on new coronavirus, now deadly*. In: CIDRAP [online]. 11. 1. 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.cidrap.umn.edu/news-perspective/2020/01/china-releases-genetic-data-new-coronavirus-now-deadly
- SONI, Anil. *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020*. WHO [online]. 11. března 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020
- SORRIBES, Carles Pont a ROVIRA, Sergi Cortiñas. *Journalistic practice in risk and crisis situations: Significant examples from Spain*. In: Journalism [online]. 2011, 12(8), 1052-1066 [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.1177/1464884910388233
- *Sport a koronavirus přehledně: Kde se přestalo, co bylo odloženo a kde už sezona skončila?* In: ČT Sport [online]. Aktualizace 12. 5. 2020 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://sport.ceskatelevize.cz/clanek/fotbal/sport-a-koronavirus-prehledne-kde-se-prestalo-co-bylo-odlozeno-a-kde-uz-sezona-skoncila/5e6cb83dfccd259ea4b83b0c
- THORPE, Esther Kezia. *US newspaper print circulation declines, but digital subscriptions rising*. In: Spiny Trends [online]. 28. 10. 2020. [cit. 15-11-2022]. Dostupné z: https://trends.spiny.ai/us-newspaper-print-circulation-declines-but-digital-subscriptions-rising/
- *V České republice jsou první tři potvrzené případy nákazy koronavirem*. Ministerstvo zdravotnictví České republiky [online]. 1. března 2020. [cit. 18-11-2022]. Dostupné z: https://koronavirus.mzcr.cz/v-ceske-republice-jsou-prvni-tri-potvrzene-pripady-nakazy-koronavirem/
- VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Lidé hledají informace o koronaviru, ČT24 přesáhla 10 %*. In: Media Guru [online]. 11. 3. 2020a. [cit. 18-11-2022]. Dostupné

z: https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/03/lide-hledaji-informace-o-koronaviru-ct24-presahla-10/

- VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Pandemie v roce 2020 urychlila pokles prodejů deníků*. In: Media Guru [online]. 8. 2. 2021 [cit. 15-11-2022b]. Dostupné z: https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/02/pandemie-v-roce-2020-urychlila-pokles-prodeju-deniku/
- VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Prodej tuzemských deníků se loni snížil o desetinu*. In: Media Guru [online]. 7. 2. 2022 [cit. 19-11-2022a]. Dostupné z: https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/02/prodej-tuzemskych-deniku-se-loni-snizil-o-desetinu/
- VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Výzkum: Češi nepanikaří tolik jako jejich sousedi, důvěřují státu*. In: Media Guru [online]. 24. 3. 2020b. [cit. 18-11-2022]. Dostupné z: https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/03/vyzkum-cesi-nepanikari-tolik-jako-jejich-sousedi-duveruji-statu/
- *Začalo Tokio 2020: Olympiáda zahalená do covidového závoje*. In: Novinky [online]. 23. 7. 2021 [cit. 21-11-2022]. Dostupné z: https://www.novinky.cz/clanek/ze-sportu-zacina-tokio-2020-olympiada-zahalena-do-covidoveho-zavoje-40367017
- *Zpravodajství o pandemii a válce vyvolává podobné reakce publika, zjistili výzkumníci z Univerzity Palackého*. In: Žurnál Online [online]. 14. 4. 2022. [cit. 19-11-2022]. Dostupné z: https://www.zurnal.upol.cz/nc/zprava/clanek/zpravodajstvi-o-pandemii-a-valce-vyvolava-podobne-reakce-publika-zjistili-vyzkumnici-z-univerzity-p-1/
- *Sledovanost ČT24 je nejvyšší za posledních 15 let*. In: Mediář [online]. 16. 3. 2020a. [cit. 17-10-2022]. Dostupné z: https://www.mediar.cz/sledovanost-ct24-je-nejvyssi-za-poslednich-15-let/
- *Unie vydavatelů zkoumala mediální chování v krizi*. In: Mediář [online]. 8. 6. 2020b. [cit. 12-11-2022]. Dostupné z: https://www.mediar.cz/unie-vydavatelu-zkoumala-medialni-chovani-v-krizi/
- ROŽÁNEK, Filip. *Natáčet se dá i v peřinovém bunkru. Jak televize a rádia zvládají vysílání z domova*. In: Lupa [online]. 11. 2. 2021b. [cit. 18-11-2022]. Dostupné z: https://www.lupa.cz/clanky/natacet-se-da-i-v-perinovem-bunkru-jak-televize-a-radia-zvladaji-vysilani-z-domova/

- KRANJEC, Jastra. *4.9 billion People to Use Social Media in 2023; 61% of the World`s Population*. In: Augusta Free Press [online]. 25. 9. 2022b. [cit. 25-11-2022]. Dostupné z: https://augustafreepress.com/commercial/4-9-billion-people-to-use-social-media-in-2023-61-of-the-worlds-population/
- LOPÉZ, T. Miguel, ÁLVAREZ, V. Martín, CEIDE, F. César. *Covid-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe*. In: Pluralismo informativo [online]. 29. 10. 2020. Vyd. 29 č. 5. [cit. 15-10-2022]. Dostupné z: https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18

Prameny

- *Aktuálně.cz* [online]. Praha: Economia, 1999-2022 [cit. 15-10-2022]. Dostupné z: https://www.aktualne.cz/
- *ČTSport.cz* [online]. Praha: Česká televize, 1996-2021 [cit. 15-10-2022]. Dostupné z: https://sport.ceskatelevize.cz/
- *Deník.cz* [online]. Praha: Vltava Labe Media, 2006-2022 [cit. 15-10-2022]. Dostupné z: https://www.denik.cz/
- *iDNES.cz* [online]. Praha: Mafra, 1999-2022 [cit. 15-10-2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/
- *iSport.cz* [online]. Praha: Czech News Center, 2001-2022 [cit. 15-10-2022]. Dostupné z: https://isport.blesk.cz/
- Rozhovory s respondenty (transkripce)
- *Sport.cz* [online]. Praha: Borgis, 1996-2022 [cit. 15-10-2022]. Dostupné z: https://www.sport.cz/
- Ústavní zákon č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky
- Zákon č. 239/2000 Sb., o integrovaném záchranném systému a o změně některých zákonů, ve znění platném a účinném od 01.01.2022 do 31.12.2022, ustanovení § 2 písm. b).

Seznam příloh

Přílohy

Příloha č. I. Návod k rozhovoru / Okruhy témat 101

Příloha č. II. Rozhovor s Jiřím Škubou 102

Příloha č. III. Rozhovor s Ondřejem Zoubkem 106

Příloha č. IV. Rozhovor s Ondřejem Dluhím 115

Příloha č. V. Rozhovor s Ivanem Němečkem 120

Příloha č. VI. Rozhovor s Jiřím Kalembou 129

Příloha č. VII. Rozhovor s Pavlem Jahodou 137

Příloha č. VIII. Rozhovor s Adamem Lackem 144

Příloha č. IX. Rozhovor s Ondřejem Kuchařem 154

Příloha č. X. Rozhovor s Tomášem Fraňkem 160

Příloha č. XI. Rozhovor s Janem Daňkem 165

Příloha č. XII. Rozhovor s Martinem Kézrem 172

Příloha č. XIII. Rozhovor s Michalem Osobou 183

Příloha č. XIV. Rozhovor s Robertem Sárou 190

Příloha č. I. Návod k rozhovoru / Okruhy témat

Zjišťování kontextu redakčního fungování před nemocí covid-19 a v prvních dnech po zavedení protiepidemiologických opatření:

- Zavedla redakce jako celek nebo její jednotliví pracovníci před prvními nemocnými v České republice, vzhledem k informacím ze zahraničí, nějaká preventivní opatření?
- Jak probíhalo zavádění protiepidemiologických opatření v redakci?
- Jak reagovali pracovníci redakce na zavedení protiepidemických opatření?
- Jaká (konkrétní) vnitřní nařízení byla zavedena v redakci?

Komunikace mezi členy redakce a pracovní režim:

- Jakým způsobem se proměnil pracovní režim pracovníků v redakci?
- Ovlivnila sportovní novináře práce z domova? V čem konkrétně?
- V jakém režimu probíhalo navštěvování prostředí redakce?
- Jak se proměnil způsob komunikace mezi členy redakce?

Výběr témat, zdroje, rešerše a zisk informací:

- Jak se proměnil způsob zpracovávání rešerší
- Odkud mediální pracovníci čerpali informace?
- Jakým způsobem probíhal výběr publikovaných témat?
- Jak se na práci redaktorů projevila nemožnost navštěvovat sportovní události?
- Ovlivnilo přerušení, přesunutí nebo zrušení sportovních událostí fungování redakce? Jak?

Tvorba obsahu:

- Jak se proměnil obsah publikovaný v médiu?
- Byli pracovníci redakcí nuceni se naučit novým dovednostem? Jakým?
- Čtenost (a na to navázané ekonomické důsledky) a vnímání důležitosti sportu a jeho postavení ve společnosti z pohledu novinářů:
- Jak chod média ovlivnilo zrušení sportovních událostí?
- Proměnila se personální struktura redakce po zavedení protiepidemických opatření? Jak?
- Vnímali mediální pracovníci během protiepidemických opatřeních snížený zájem (jak ze strany vlastní, tak čtenářů) o sportovní tématiku? Jak se projevoval?

Současné redakční mechanismy a pracovní rutiny členů redakcí:

- V jakém režimu probíhal návrat do běžné pracovní rutiny po uvolnění vládních nařízení?
- Změnil se pracovní režim novinářů po uvolnění protiepidemiologických opatření? Jak?
- Zachovala si dodnes redakce v nějaké míře konkrétní pracovní rutiny zavedené v době koronavirové krize?

Příloha č. II. Rozhovor s Jiřím Škubou

Zavedli jste v redakci už před vyhlášením vládních opatření nějaké preventivní kroky, jak se chránit?

Asi představím naši redakci nebo to, jak funguje, protože z toho se dají vyvodit i další věci, o kterých jste mluvil. My nejsme velká redakce, jsme středně velká až menší, bych řekl. Máme tady snad pět šest kmenových redaktorů plus několik externistů, kteří nám pomáhají. Regionálně jsme taky dost rozházení po celé republice. To znamená, že se tady scházíme jednou měsíčně na jedné akci všichni, snažíme se jít na nějaké porady, a jinak spolu komunikujeme dvakrát týdně po Skypu, elektronicky, online. My jsme na ten systém, o kterém teď mluvíte, nějaký home office, na to jsme zvyklí. Pro nás jako pro sport se toho zas až tak moc nestalo. Já mám štěstí, že tady mám samé kluky redaktory, kteří jsou zodpovědní, které nemusím dohánět a nejsou ve stínu onlinu, ale opravdu se vynoří, když je potřeba. A vždycky to ilustruju na příkladu, když v neděli večer, v devět nebo v kolik to bylo, spadl vrtulník s Kobe Bryantem, tak se mi asi během dvaceti minut přihlásilo všech těch osm kluků na messenger, jestli je potřeba s něčím pomoct. Takže v tomhle směru pro nás, co se týká způsobu práce, to zas takový rozdíl není. Co se týká čtenosti – my tady máme pořád problémy s metrikami nebo poskytovateli měření čtenosti a návštěvnosti, protože Google Analytics přechází na nový systém, takže každý poskytovatel to má nastavené trochu jinak, nicméně některé trendy jsou patrné. Za covidu byl vidět ohromný nárůst, skok, co se týká čtenosti. Jak hlavního zpravodajství nebo obecního zpravodajství, tak sportovního, protože všechno se zrušilo naráz a jestli se dobře pamatuju, když se nehrála liga, to byly nějaké tři měsíce, když se zastavil ten sport. To zas nebylo tak dlouhé období. Pak od září 2020 už tuším všechno pokračovalo, s nějakými limity, ale bez omezení. Ten úsek zas nebyl tak obrovský, ale myslím, že ta bezprecedentní situace, která nastala, přitáhla spoustu lidí ke zpravodajství. I my jsme tam měli vysokou čtenost – myslím, že to spadalo do období kauza Kúdela, březen 2020, jestli si to pamatuju dobře. Nebo to bylo 2021? Kdyžtak mě opravte.

To si nejsem jistý…

Každopádně kauza Kúdela byl peak, co se týká čtenosti. To bylo ještě lepší než olympijské hry. Lidé vnímali politický přesah, takže to byla dvouměsíční čtenost, články se pořád dokola točily, u lidí vzbuzovala tahle kauza emoce. Nicméně, co si pamatuju,

když byl březen 2020, samozřejmě v první chvíli to bylo těžké. U nás byl taky problém predikovat, co se bude dít. Ale znovu říkám, na to, jak je nás málo, určitý počet lidí na zajištění chodu redakce potřebujete, ať už se něco děje, nebo ne. První moment, který si pamatuju, je, že měsíc se de facto řešilo, co se ruší a co se neruší, co se bude hrát a jak. Pořád k tomu byly názory – z jedné strany zrušit, z druhé nerušit. Takže sport neutichl, i když se nic nehrálo. A v tom období v květnu, kdy se nehrálo opravdu nic, jsme udělali online z Běloruské ligy. To byl zápas Brest a tuším Dinamo Minsk. Myslím, že to bylo vydařené, Běloruská liga byla jediná, která se hrála. Navíc bylo zajímavé to, že v tom Brestu trénoval Marcel Lička, já jsem se s ním spojil, získal jsem od něj dopředu nějaké informace z fotbalové stránky. Aby mi řekl nějaké zajímavosti o jednotlivých hráčích, protože je včetně mě nikdo nezná, ale i co se týká života v Bělorusku. Na tohle konto jsem udělal online. Ne zase tak o hře, protože to samozřejmě nikoho nezajímalo, jak to dopadne, spíš jsem to prokladl těmi zajímavostmi, které jsem si buď našel, nebo se dozvěděl od Marcela Ličky. A vím, že to mělo velký úspěch. Lidé byli hladoví a deprivovaní, že se nic neděje.

Jak v té době u vás v redakci probíhalo hledání témat? Začali jste využívat dlouhodobé vztahy se sportovci?

My jsme teda nevyužívali sportovce. Pokud zmíním to, co jsem zmiňoval, že nás tu je málo, my jsme vlastně většinou vláčeni aktuálními událostmi, musíme reagovat na to, co se děje. Támhle dostane Plzeň rychtu doma s Bayernem a za dva dny po tom dostane Slavia na prdel s Kluží a za týden už je derby. Pořád musíte řešit to, co se děje. covid byl pro nás i poměrně vítaná změna. Člověk měl možnost nebo prostor pro to udělat ta témata, o kterých mluvíte. To znamená zajet si za lidmi, popovídat si s nimi, jak se mají, co dělají. Nepsat o sportu, o událostech, ale psát o lidech, což je pro mě to nejzajímavější. To, když někdo kope do balónu, je pořád to stejné, když to takhle řeknu. Ale příběhy lidí jsou velmi zajímavé. Na tomhle stylu je vlastně postaven projekt Bez frází, který je poměrně úspěšný.

Vnímal jste na zájmu čtenářů o sport, jako že to byl prostor k úniku?

Určitě. Mě to samotného překvapilo, že na čtenost sportu zas takový vliv covid neměl. Naopak, ta situace na Ukrajině, ten odliv lidí z toho sportu je teď velmi patrný. Bavil jsem se o tom s kolegy z konkurenčních sportovních médií, ti zaznamenali to samé. Asi

jednoduché vysvětlení je, že lidí za téhle situace nemají moc náladu na sport. Hledají na internetu jiný typ zpráv. Za toho covidu to tak nebylo. Spousta lidí covid nějak bagatelizovala nebo se snažila v moři zpráv o covidu vyhledávat normální, klasické zprávy. I my jsme pak zavedli určité embargo, že jsme zprávy ohledně covidu na turnajích a covidových opatření neřešili, protože to bylo pořád dokola – kauza Djokovič, očkování a podobně. To, co fungovalo na začátku covidu, rozhovory se sportovci, vaxeři, antivaxeři a podobně, to po nějakém čase logicky přestalo fungovat. Přesně jak říkáte, už jsme se spíš, než covidová témata snažili vyhledávat normální, běžná, aby lidé měli pocit, že se svět neboří.

Probíhala v tom období komunikace mezi členy redakce výlučně online?

Z čistě praktických důvodů – většina z nás má děti, jsme v produktivním věku – i kdyby třeba covid nebyl nějak nebezpečný, tak když máte takovou nákazu v rodině, člověk vypadne na čtrnáct dnů nebo tři neděle z pracovního procesu. Týden nebo deset dní je mu blbě a pak se stará o děti, které se od něj nakazily. Měli jsme tam asi dvě nákazy souběžně. A je to špatné, protože lidé si potřebují vybrat dovolenou, celé jaro máte podstav dva lidi a pak v létě přijdou, že mají spoustu dovolené, že si ji potřebují vybrat. Nejen z hlediska ochrany zdraví, ale i z praktických důvodů jsme se nescházeli, nebo jen online. Kdyby nedejbože onemocněla celá redakce… vím, že tady byly hromadné nákazy, a pak oddělení jela opravdu v nouzovém režimu.

Proměnilo se kvůli covidu personální obsazení redakce? Ať už co se externistů, nebo interního týmu týče.

Ze začátku covidu jsem byl překvapený, že až tolik nás to neomezilo, až taková rána to pro nás nebyla. Problém, který dopadl i na nás, spíš směřuje k fotografům. Logicky jsme taky byli nuceni omezit spolupráci s naším fotografem, protože se jednoduše nic nedělalo, neměl co fotit. Navíc sportovní fotograf není úplně zaměstnání budoucnosti, spousta těch lidí nebo klubů si to odfotí sama. To se netýkalo jen našeho fotografa, ale dopadlo to i na ostatní fotografy. Když se nic nedělo, tak i ostatní redakce využily toho, že fotografy omezily. Co se týká nás, jako píšících redaktorů, nic extra tam nebylo.

Byl tehdy prostor pro jiný typ obsahu? Například jiného mediálního formátu, podcasty apod.

Byl, nicméně nejsem zastánce nebo příznivec videí a podcastů. Myslím, že už jich je opravdu hodně a že pokud chcete jít před kameru, musíte být profík, musíte to prostě umět. Dám příklad. Tady kolega Luděk Mádl, který odcházel, když já jsem přišel, šel do seznamu, že tam bude dělat tu jinou ligu. Tak jsem říkal: „Luďku, zvaž to. Ty před kamerou, nejsem si jistý, jestli je to práce pro tebe.“ Samozřejmě ten kredit, který měl jako píšící redaktor si trochu znehodnotil tím, jak vystupuje před kamerou. Tuhle práci já rád nechávám profíkům, kteří se před kamerou umí pohybovat. My jsme se tak do takových podcastů ani nepouštěli, navíc ta touha, jako byla třeba před pěti lety, po video obsahu už taková není. Spíš jdeme cestou toho, že videoobsah outsourcujeme třeba formou spolupráce s Bez frází. Karel Nocar, bývalý házenkář, tam má podcast, jmenuje se Bez frází+. Každých čtrnáct dní vlastně sdílíme ten jejich obsah.

Zachovali jste v redakci některé pracovní postupy, které se zavedly v covidovém období?

Myslím, že opravdu ne. My už v polonouzovém režimu jedeme, vzhledem k tomu, že v relativně nižším počtu lidí musíme pokrývat sedm dní v týdnu. Vlastně využívám toho, že sem kluci nemusí chodit, jako jeden z benefitů pro ně. Vždycky se snažíme, aby v redakci někdo byl, buď já, nebo někdo z kolegů editorů nebo redaktorů, kteří bydlí v Praze a nejsou ze severní Moravy. Snažíme se tu udržovat nějakého styčného důstojníka na palubě, nicméně si nemyslím, že by covid nějak zasáhl do technického fungování redakce.

Spoléhate především na osobní profesionalitu jednotlivých redaktorů?

Ona tam je. Kdybych cítil nějaké náznaky toho, že toho někdo chce zneužít, tak bych zasáhl. Ale většinou to není potřeba. Kluci jsou opravdu povedení.

Příloha č. III. Rozhovor s Ondřejem Zoubkem

Jestli jsem to správně pochopil od vašeho kolegy Jiřího Škuby, v redakci se scházíte jednou měsíčně. Ještě před vypuknutím covidu v Česku, zaváděli jste jako redakce nějaká preventivní opatření s ohledem na situaci v zahraničí?

Máme dvakrát týdně poradu na Slacku, přešli jsme ze Skypu. Jednou měsíčně máme osobní poradu v Praze. Ale myslím, že jsme tohle dopředu neřešili, v zimě jsme nad tím ještě neuvažovali, že bychom se připravili. Pamatuju si, že jsem tehdy psal článek o Čínských hokejistech, hráli druhou ligu v Česku. Po sezóně se vraceli do Číny, do nejistoty, do té situace, která tam byla. Tehdy jsem to psal, ale vůbec by mě nenapadlo, co se stane, a o měsíc později to bylo u nás.

Když se covid objevil u nás, zůstal průběh práce stejný? Jak jste reagovali?

Zůstal stejný, akorát jsme se nescházeli osobně. Ale to upřímně není zas tak velká překážka. Cokoliv jsme potřebovali, vyřešili jsme online. Největší zádrhel byl v tom, že se přestaly hrát sporty. De facto ze dne na den nebo z týdne na týden jsme neměli tu pěnu dní, zpravodajství, od kterého se vždy snažíme odpíchnout a rozvíjet nějaká vlastní témata. Najednou jsi neměl nic a psal jsi o tom, co všechno se ruší. To lidé četli první týden, pak je to nebavilo. Psal jsi o tom, který sportovec prodělal covid a co na to říká. To strašně brzo přestalo lidi bavit. Největší problém byl zareagovat v tom, co budeme psát.

Jakým způsobem probíhal výběr témat?

Hodně jsme dělali to, co myslím všechna média, jako různé vzpomínkové věci – co se stalo před deseti lety na mistrovství světa a podobně. Různá výročí, ale nechcete mít celý web z tohohle. Vím, že byla sranda v tom, jak se hrál hokej a fotbal v Bělorusku jako v jediné Evropské zemi. Psali jsme online přenos Běloruské fotbalové ligy. Jirka Škuba se zná s Ličkou *(pozn.: Marcel Lička)*, který trénoval v Bělorusku. Seděl u něj během psaní online přenosu a říkal mu různé zajímavosti k týmům a hráčům a mohli jsme to vytáhnout na web, že se opravdu tento zápas hraje živě. Myslím, že to bylo docela úspěšné. Nebo se hrála soutěž českých šipkařů. Ti hráli šipkařskou ligu a hráli na dálku,

de facto v pokojíčku nebo někde od sebe z garáže, a jen to vysílali. Na dálku je řídil po telefonu rozhodčí a taky to bylo v televizi. Já jsem o tom napsal článek.

Kde jste hledal?

No, na Twitteru. Taky jsem se díval na televizi. Na ČT Sportu taky běžely všechny archivní programy. Věděl jsem, že to lidé sledují, tak jsem si vytáhl něco z toho, udělal jsem s někým rozhovor, že to bylo teď v televizi. Zavzpomínali jsme na to, když to byla zajímavá akce. Samozřejmě práce ubylo. Nevím, kolik jsem mohl napsat článků týdně, ale moc toho nebylo.

Bavilo vás to?

Na začátku jsem nebyl úplně naštvaný, že mám méně práce. Ale když už to trvalo dlouho, všichni jsme chtěli, ať se to vrátí do normálu. Nevím, kdy se sport rozběhl znovu.

Připravovali jste se na velké sportovní akce, které se zrušily, dlouhodobě? Přišla práce a zdroje vniveč?

Jeden redaktor od nás měl letět do Tokia. Počítali jsme s tím, že nám to přinese spoustu klipů a všeho, olympiáda je vždycky největší akce. Posunulo se to o rok, tak tam letěl až potom. Jeden kolega měl jet do Švýcarska na hokej, zrušilo se to. Neměli jsme naplánované konkrétní věci, ale počítáš s tím, že takové akce ti v tom roce hodně pomohou.

Prezentovali se samotní sportovci novinářům, protože potřebovali být vidět? Například kvůli smlouvám s reklamním kontraktům. Máte takovou zkušenost?

Já přímo ne. Sportovní agentury, které zastupují určité sportovce, nám posílaly nějaké takové podněty. Vím, že jsme dělali velký přehled toho, co dělají sportovci doma a jak trénují. Takoví reprezentanti, měli jsme tam Samkovou, Kreuzigera. Poprosili jsme je, ať pošlou fotku nebo video, jak cvičí doma. Plus jsme měli kvíz – jak vypadali sportovci jako děti? Tak jsme z nich loudili fotky.

Máte nějaké externisty? Proměnila se personální struktura redakce?

Je nás celkem devět, když započítám i editory. Devět lidí se účastní online nebo osobních porad. S tím, že jeden kluk je myslím externí. Nepíše toho tolik jako my. Fungujeme teda

o devíti lidech, a jestli se to změnilo? Úplně přesně nevím, kdo docházel denně, ale myslím, že se to nezměnilo. Samozřejmě, v covidu se redakce na dlouho zavřela, všichni z celého Aktuálně, z celé Ekonomie pracovali z domu. Jak se postupně vraceli, u nás se vrátili lidi, kteří tam i předtím chodili. To zůstalo plus mínus stejné.

Musel jste se učit novým dovednostem? Například focení, točení.

Nemusím, a vlastně ani v covidu mě to nedonutilo. Moje práce je založena jen na textovém psaní. Když jdu zřídka na nějakou akci, kde bych měl něco vyfotit, řešíme to tak, že to vyfotím normálně telefonem. Ale to se stává málo. Takže ne.

Sázíte články na web Vy?

Ano. Někdo je asi zvyklý psát ve Wordu a potom to přelít do adminu. Já píšu rovnou tam, průběžně si to ukládám, a když mám hotový článek, dám vědět editorovi, který si to přečte, dá to do korektorny, a pak to jde ven. Ten náš systém není nějak složitý, takže se s tím každý rychle naučí. Naše práce obnáší i to, že máme editorské služby – do těch jsme zapojení všichni. Den mají editoři, ale po večerech se střídáme s kolegy. Já jsem měl službu včera, víkendy máme taky všichni rozdělené. Někdy přijdou fotky, tak je musíme ořezat, ale to není žádné umění. Tolik k fotkám. Nahrávat videa do systému, ale stříhání a podobně jsem ještě nepotřeboval.

Máte tedy kolegy, kteří fotí a točí?

Máme externího fotografa, jinak bereme fotky od agentur, Reuters, ČT24. Videa u nás ve sportu tolik není. Když, tak nám s technickou stránkou pomůžou lidé z video sekce na Aktuálně. Z pořadů je tam toho dost, je tam DVTV.

Když se řekne Aktuálně, napadne člověka i DVTV, ale není to to samé.

Není. Jsou nějakým způsobem odstřižení. Ale jinak je spolupráce s ostatními – neřeším ji já – myslím v pohodě.

Když sportovní témata ubyla, vnímali jste v redakci, že se sport přesunul na druhou kolej?

I v první vlně, kdy nám výrazně ubylo práce, a jiným oddělením na Aktuálně zase přibylo, jsme občas vypomohli ostatním. Nepsali jsme jenom o sportu. Vždycky jsme byli

připravení být po ruce ostatním, kdyby potřebovali s něčím pomoct. Takže bylo jasné, že sport je na druhé koleji. Za prvé nebylo o čem psát, a ta témata, o kterých jsem mluvil ze začátku, postupně přestala lidi zajímat.

Takže jste psal o zprávách z vědy, politiky a tak dále?

To ani ne. Vybavuju si, že jsem psal článek o aplikacích jako Whatsapp a podobně. Nějak jsem to měl polopaticky vysvětlit, byl to článek určený primárně pro důchodce o tom, jak se můžou stýkat s rodinou na dálku. To si vybavím, že jsem psal. Bylo to občas, nebylo toho moc, co po nás chtěli. Je třeba říct, že jsme měli tehdy dost volna. Nebylo co dělat.

Docházelo ke zkracování úvazků?

Ne. Měli jsme z toho myslím všichni strach, když to trvalo dva měsíce nebo jak dlouho, ale nějak se to podařilo přečkat. Už si nevzpomínám, jestli se v létě ty sporty nějak rozjížděly.

Měli jste tehdy na stadiony přístup?

Asi ano, kdybych chtěl. Ale chodil jsem méně než předtím. Návštěvy jsem omezil, protože mě taky nebavilo sledovat zápas bez diváků. Spíš jsem se zaměřil na témata, u kterých nemusím být přímo na místě.

Takže příběhy?

Ano. Dřív jsem dělal to, že jsem chodil třeba na hokej v Třinci skoro na všechny zápasy a mluvil jsem s hráči po zápase. Postupně jsem přišel na to, že když chcete s nimi dělat rozhovory jiného typu než o zápase, které u nás na webu moc netáhnou, je lepší se připravit víc dopředu, domluvit se s hráčem na telefon nebo osobně na nějaký termín, aby s tím počítal a měl chvilku času, spíš než ho lovit po zápase. Myslel jsem to spíš tak, že jsem ve své práci začal uvažovat takhle.

Změnilo se to uvažování ve stylu: Ne krátkodobě, ale dlouhodobě?

Jo. Myslím, že celá naše redakce k tomu ne úplně přešla – to oni po nás vyžadovali vždycky – ale jsme takový web, že v počtu lidí, jaký máme na celou republiku, nemůžeme mít ambici pokrývat každý ligový zápas ve fotbale a v hokeji a dělat ty rozhovory, které se třeba na iSportu čtou. Když u nás napíšete, že dal někdo dva góly ve Zlíně, tak to

nikoho nebude zajímat. Musíme přemýšlet v širších souvislostech. Příběhů není nekonečno, hůř se hledají, nesypeš je každý den, ale baví mě to mnohem víc než jít na zápas udělat tisíckrát omletý rozhovor, kdy ti hráč popíše, jaké dal góly a podobně.

Jste tlačený do deadlinů?

Málokdy. Vždycky se dokážeme domluvit. S tím, že všichni máme přístup na online dokument, kde je přehled deseti dnů dopředu, co máme naplánováno, takže vidíme, že na zítřek jsou dva články připravené, plus dneska večer třeba hraje Barcelona s Plzní, z toho taky určitě něco bude, tak se domluvíš s editorem, že nestíháš nebo bys potřeboval víc času, že to odevzdáš zítra odpoledne, a většinou je to v pohodě. Když tam nic není, vymyslíš nějakou náhradu, napíšeš něco krátkého. Není to tak, že bychom byli pod stresem deadlinů. Záleží hodně na tobě. Když se domluvíš dopředu, že to bude ve středu ráno a ty sám kvůli tomu článku chceš, aby to ve středu bylo, protože by se to pak časově nehodilo, že bys něco musel aktualizovat, je to tvoje zodpovědnost, že to odevzdáš.

Jste hodně postavení na osobní zodpovědnosti?

Myslím, že ano. Jsme zaběhlí, takže víme, která témata fungují o víkendu, co funguje v pondělí ráno a podobně. V tom složení, ve kterém jsme, jsme docela dlouho. Nepamatuju si, kdy naposledy přišel někdo nový.

Když máte v týmu dobré vazby, zastupujete se?

Ano. To funguje výborně, když si potřebuješ s někým prohodit službu nebo podobně.

Jak máte nastavenou pracovní směnu?

Měly by to být přibližně osmičky, ale je to dost vágní. Když jsem přecházel na full time, říkal mi Jirka, že bych měl být od osmi ráno do čtyř odpoledne k dispozici, kdyby se cokoliv stalo a aktuálně bylo potřeba napsat. Zároveň v tomhle čase zpracovávám články, které mám naplánované já a jsem k dispozici, kdyby něco. Ono to skoro neplatí, protože online jsem skoro celý den, takže kdykoli je třeba vypomoct, takhle fungujeme. Není to striktně dáno. Do toho máme služby, jak jsem říkal. Včera jsem měl službu od pěti odpoledne do půlnoci nebo jedenácti večer, tak do toho skočí někdy tohle.

Ve službě sledujete aktuální dění a píšete rychlé zprávy?

Máme servis od ČTK. Přebíráme základní zpravodajství, takže překlápíme články z Četky a vymýšlíme k nim titulky, přidáváme fotky a podobně. Navíc vydáváme naše články, které jsou připravené, ještě je editujeme. Editorská práce.

Vždycky je to editované ještě někým, nebo jste v tom sám?

V té době jsem editor já. Některé články, které tam leží déle, třeba už jeden z hlavních editorů přečetl. Někdy je to vyloženě na mně. Mám tam článek a vidím na měřáku čtenosti, že to moc nefunguje – je na mě, abych vymyslel lepší titulek, případně se poradil s klukem, který to napsal, pokud je online.

Měli jste to tak zavedeno i před covidem? Snížil se kvůli covidu počet zaměstnanců?

Odpovím asi nezajímavě, ale u nás to zůstalo asi stejné. Za ty tři roky, co tam jsem na full time, je redakce úplně stejná. Předtím byly změny, že přišel nový editor, ale to je jediné.

Takto nízká fluktuace je na médium neobvyklá. Čím to je, že se v Aktuálně lidé drží?

Asi stylem práce. Je tam klid na práci, řekl bych. Samozřejmě jsou tam nějaké požadavky, nemůžeme si dělat, co chceme, ale za ty roky jsme najeli na systém, co nám vyhovuje. Zároveň se články čtou, takže asi i čtenářům vyhovuje, jak my píšeme.

Váš obsah si našel publikum?

Ano, určitou skupinu. Takže souběh toho všeho.

Jsou vašimi hlavními tématy fotbal a hokej?

Celé redakce? Na hokej jsme dva, ale kolega, který ho dělá se mnou, je hodně zběhlý i v zámořských sportech – třeba NBA a těch zákulisních věcech. Dokáže napsat super zajímavé články z toho prostředí. Řekl bych, že jinde v redakcích takové lidi nemají. V tom je jeho přednost. Já sleduju házenou, volejbal, basketbal a všechny ty okrajové sporty, mám základní přehled, tak dokážu najít něco zajímavého tam. V tom, co nikoho jiného z redakce tak moc nezajímá. A doplňuju to k hokeji. Zároveň sleduju fotbal, tam se taky zapojuju, ale řekl bych, že hlavní sport pro nás je tenis. Kdysi to byl biatlon, ale řekl bych, že to ustupuje, s tím, jak ta úspěšná éra skončila. Ale máme dva redaktory, kteří píšou špičkově o tenisu. V tom je naše cílová skupina, taková vlajková loď naší redakce. Tenis. Kdybys sledoval pár dnů sport na Aktuálně.cz, myslím, že by sis řekl, že

je tam moc tenisových článků. To je hlavní gró. Máme spoustu článků o tenisu. Ti opravdu tenisoví fanoušci – když to srovnám s iDnesem, iSportem a Sport.cz – chodí za tenisem, troufám si říct, k nám. Kdežto hokej a fotbal pokrývají mnohem důkladněji jinde, protože na to mají víc lidí. Ale jsme nějak zaměření na tenis.

Hledal jste během covidu okrajové sporty?

Ty šipky. Asi bych se musel podívat na soupis. Teď mě nic nenapadá. To se ale netýká jen covidu. I doteď když vidím zajímavost z nějakého sportu, který není u nás tolik známý, snažím se o tom něco zjistit a napsat, a myslím, že to funguje. Když byl na zimní olympiádě poprvé v historii čeští curleři. Postupně na to najeli všichni, protože to bylo zajímavé. První dny olympiády, ještě tam nebyli ostatní čeští sportovci v akci, tak diváci poznávali, co je curling. Snažím se přemýšlet i takhle při plánování témat.

Změnilo se covidem vaše uvažování o sportu?

Asi to, o čem jsme se už bavili. Nic jiného mě nenapadá. Co nejvíce příběhů do hloubky, jak jste říkal. Jinak nevím, co se změnilo.

Zeptám se jinak – máte pocit, že se o sportu uvažovalo jinak? Například buď že nebyl tak důležitý, nebo že fungoval jako únik?

Tehdy asi ano. Když jsi přišel s něčím zajímavým o sportu, kdy se nehrálo nic, myslím, že to bylo mezi čtenáři úspěšné, protože si řekli, že si můžou konečně přečíst něco jiného, než co se zavírá a kolik lidí je nemocných. Potom, když se to postupně začalo otvírat, myslím, že se přišlo zpátky k tomu, že sport nějaké místo ve společnosti má. Je nějakým způsobem pro lidi důležitý. Že se to potvrdilo. Samozřejmě, když přišla epidemie, i kdyby se hrálo, tak by to lidi zajímalo méně. Ale když se to začalo vracet do normálu, sport měl své místo.

V první vlně byli lidé vyděšení, ale během lockdownů je to přestalo bavit.

Ano, a otočilo se to ve prospěch všech dalších věcí. Že si raději četli o všem jiném než o covidu. I když reálně to bylo horší než v první vlně. Zajímavé v prvních týdnech byly rozhovory se sportovci, kteří už to prodělali. Pak už to měl zase každý.

Víte, kdo je vaše cílová skupina? Máte statistiky?

Podle toho, které články nejvíce fungují, cílovka – kromě tenisu nebo jednotlivých sportů – budou lidé čtyřicet až padesát let. Tohle asi změnil covid, že doteď máme na webu vzpomínkové články, ty nostalgické. To se u nás hodně čte. Lidé vzpomínají na to, jak to bylo tehdy. Zatím u nás neletí MMA, což je sport, který jde raketově nahoru i u čtenářů. Zatím jsme se tomu nezačali ani pořádně věnovat. Není to naše cílovka, to budou asi mladí lidé. Kdybych to porovnal s Deníkem Sport, cílovka u nás jsou asi lidé, kteří nejsou úplně zarytí sportovní fanoušci. Když vynechám tenis, z jiných sportů na náš článek klikne asi i někdo, kdo to tolik nesleduje. Na iSportu pokrývají všechny zápasy, mají do toho větší vhled, takže když jsi hokejový fanoušek Třince a chceš toho vědět co nejvíc o Třinci, jdeš na iSport. Když hokej vidíš občas, zaujme tě nějaké téma u nás, které jde víc do hloubky. Asi jsou u nás lidé, kteří sport nežerou tolik, asi to souvisí s celým Aktuálně a se sortou čtenářů, která tam chodí. Na Aktuálně sport není úplně v první řadě. Z toho my ve sportu vycházíme. Snažit se zaujmout širší skupinu čtenářů, kteří o tom tolik sportu nevědí, a tak i stavět texty, spíš než někdo, kdo rozpitvá konkrétní téma z hokejové extraligy, a udělá to skvěle novinářsky, ale pro skupinu lidí, která by u nás na článek neklikla. Nebo by u nás nebyl článek tak úspěšný.

Hokejové i fotbalové kluby mají PR oddělení, které se jim stará o webovky a sociální sítě. Z těch můžete sice čerpat, ale nevnímáte to zároveň jako konkurenci? Neberou vám obsah a čtenáře tím, že sami plní web zajímavými tématy?

Musíme asi brát to, že oni dělají všechno v zájmu klubu. Prezentují to, že je tam všechno dobře. Mají tam pravidla a meze, takže servírují fanouškovi to, co chtějí oni. U nás jsou články jiné. Pro fanouška klubu je ten web určitým místem, kam chodí pravidelně, aby se dozvídal základní informace. Ale nikdy tam nenajde nic kritického. Takže v tom bych to jako konkurenci neviděl.

Máte náročnější fanoušky. Tam není pohled z obou stran.

Navíc jsou to povětšinou rozhovory před zápasem, po zápase, kdy se opakuje de facto v jiných větách to samé dokola. Nemyslím to špatně, když pracuješ pro ten klub, co máš dělat? Asi to nejde dělat o moc jinak. Potřebuješ něčím krmit fanoušky. Neberu to asi úplně jako konkurenci. Naopak se snažíme s lidmi z PR být zadobře, nějak s nimi spolupracovat, abychom měli přístup k rozhovorům s hráči.

Je Česko v tomto velký rybník?

Asi ne. Za pár let práce myslím získáš velké množství kontaktů, takže jsi schopný dosáhnout všude možně po republice. Vnímám to takhle. Samozřejmě někteří redaktoři i tím, jak to dělají dlouho, mají nadstandardní vztahy s některými hráči. Zmíním Jágra, nedá rozhovor každému. Už taky zná ty, kteří dělají tu práci, vybírá si. Jinak bych řekl, že je to malý rybník.

Zažil jste někdy, že by někdo řekl, že s Vámi rozhovor dělat nebude?

To asi ne. Já jsem vždycky reálně odhadl, kde by to mělo cenu a kde ne. Ale někdy se nedostaneš k číslu na některého hokejistu. Plekanec, Jágr. Máme adresář hokejových čísel, kde mám X hráčů a trenérů o kterých vím, že když jim zavolám, je to v pohodě, ale přece jen jsou sféry, kam nedosáhnu. Že by mě ale někdo poslal někam, to jsem nezažil. Většinou to dělám tak, že si seženu číslo, představím se a vysvětlím, o co jde. Když odmítne, tak odmítne. Ale nestává se to, většinou jsou ochotní. V ostatních sportech ještě víc. Tam jsou rádi, že o nich vůbec píšeme. I proto jsem rád, že už nemám jen ten hokej. Častokrát je komunikace s lidmi s menších sportů příjemnější.

Příloha č. IV. Rozhovor s Ondřejem Dluhím

Reagovali jste na události v zahraničí nějakými preventivními nařízeními v redakci ještě před prvními případy nákazy v Česku?

Firma už dříve před covidem vyhlásila opatření, která platila napříč redakcemi. Byl to třeba zákaz chození do kanceláří, když se člověk cítil, že na něj něco leze, větší důraz na dodržování hygieny nebo zrušení firemních večírků. Bylo to takové naše desatero, ale nejsem si přesně jistý, od kdy platilo.

Takže v době, kdy restrikce vyhlásila vláda, jste měli v redakci zavedená opatření?

Ano. Na to jsme reagovali jako firma hned. Hned se nakoupily pomůcky, tenkrát samozřejmě skoro nikdo neznal, nepoužíval respirátory. Takže my jsme nakoupili respirátory, pamatuju si, že fotograf to chtěl, zkrátka lidé, kteří jsou v terénu. Nikdo nevěděl, co je ta nemoc zač a jak je zákeřná, nebyla kolem toho úplně panika, ale nakoupili jsme gely na ruce a respirátory a podobně a distribuovali jsme to mezi zaměstnance.

Jak u vás probíhala redakční porada nebo komunikace obecně?

Covid pomohl v tom, že se komunikace zrychlila a mnohdy zlepšila. Teď spíše zase pociťujeme to, že nám ty fyzické porady chybí, že jsou lepší. Tehdy to probíhalo, třeba konkrétně v Olomoucké redakci, tak, že ráno přišel sloužící editor, který dělal noviny, byl tam někdy editor, který ale už před covidem fungoval spíš z domu, přišel šéfredaktor a redaktoři z Olomoucké redakce, ale už tam nebyli redaktoři, kteří jsou v okrese. Ti tam fyzicky nejsou a nejezdí. Ale tohle osazenstvo šesti sedmi lidí se každý den sešlo v zasedačce redakce a probíralo se, co se bude ten den dělat. Covid to otočil tak, že si všichni museli do počítače nainstalovat Teams nebo nějakou platformu pro hromadnou komunikaci, a všechno se řešilo tam. 8:15 byl určený čas na poradu, ta většinou trvala půl hodiny, možná méně. A tam se všechno řešilo. My tedy po lidech nechceme, aby si zapínali kamery, a zjistili jsme, že fyzická porada je v novinařině nenahraditelná. V covidu jsme zavedli Teams, na kterém jsme pořád, ale snažíme se jednou týdně mít v redakci poradu a zbytek týdne mít po Teamsu.

Porady probíhají v Olomouci?

V každém krajském městě máme jednu velkou kamennou redakci. V Ostravě jsme třeba dvakrát týdně, jednou týdně pak v Olomouci, ve Zlíně. Je to taková týdenní plánovací porada, ale je fyzická.

S poradami se pojí i každodenní komunikace. Změnilo se i to?

Určitě. Klasicky po telefonu, ale máme hromadné chaty, které slouží k akutnímu vyřešení některých věcí, jako když je někde nějaká nehoda**.** Když to není akutní, používají se firemní e-maily.

Měl covid dopad na redakci, co se týká personálního složení?

Co se týká personálního složení, ne, propouštět se nemuselo. Nás ale v uvozovkách zachránilo, že Deník má sedmdesát mutací a v každém okresním městě byla kamenná redakce. A z těch sedmdesáti poboček se zavřelo zhruba čtyřicet nebo padesát redakcí. Když si vezmete, že průměrný nájem je 15 tisíc korun v nějakém okresním městě, plus energie, pro firmu to zavření kanceláří znamenalo ušetření třeba 200, 300 tisíc za rok. Tím, že jsme to zavřeli a lidé se převedli na home office, se ušetřilo dost peněz.

Mohl byste popsat, jak probíhá překlápění obsahu mezi webem a tiskem?

Web a noviny plánujeme zvlášť. Je vedoucí vydání a sloužící editor, těch je víc. U nás v divizi Olomoucký, Zlínský, Moravskoslezský kraj je patnáct webů, jakoukoliv hodinu u nich sedí zhruba tři čtyři lidi, weboví editoři. Noviny dělají dva lidi. Střídají se – máme tým dvanácti lidí, šest z nich jsou printoví editoři a šest weboví editoři, a ti se střídají ve službě. Když něco redaktoři napíšou, vloží to do agentury, což je naše cloudové úložiště. Cokoliv, co vyprodukují, ať už je to video, fotka, text, vloží do systému, a v tom systému můžou všichni editoři, printoví i weboví, filtrovat podle krajů, města, autora. Olomoučtí redaktoři přidávají své texty s hashtagem Olomoucký kraj, takže webový editor si filtruje všechny texty, které se ho týkají a z agentury to následně překlápí na web. Editor printu si vybírá, co dá na otvírák. Podle toho nejlepšího, co se ten den stane.

Ve výzkumu se zabývám hlavně sportem, ale rušení akcí má dopad na všechno. Jak se vás zrušení událostí dotklo?

Ač nejsme na nich úplně závislí, určitou část dnešní práce tvoří právě tyhle hromadné akce, na které chodí redaktoři fotit lidi, a z toho jsou galerie na webech, které jsou

úspěšné. Když je větší masová akce, třeba koncert, lidé se k nám jdou podívat a hledají se na fotografiích, zpětně se dívají, jaká tam byla atmosféra. To tvořilo docela velkou část naší produkce na webu. Jakmile tohle nebylo, museli jsme improvizovat, protože nám tyhle věci chyběly. Tak jsme začali dělat různé tipy na výlety a procházky nebo jsme fotili místa, kde je větší počet lidí i v covidu, například se fotily obchody, kde lidé nakupovali v rouškách. Snažili jsme se tomu přizpůsobit a o tyhle masovější fotografie jsme nepřišli.

Když to vztáhneme ke sportovní tématice – nastal větší důraz na jiný typ obsahu? Publicistiku, příběhy?

Sportovní novinařinu covid zasáhl strašně moc. Někde se ani nesmělo hrát, nebylo co psát, nebylo co číst. Ne, že by neměli sportovní novináři co dělat, ale museli si hledat právě ty příběhy nebo to, co sportovci dělají. Řešily se i nějaké finance, příběhy, jak sportovci žijí a z čeho vyžijí. Když se ty věci nekonají, nemůžete napsat ani věci kolem toho.

Využívali jste v tom období například osobní vazby na sportovce?

Stoprocentně. Spousta sportovců se s našimi sporťáky zná roky a tykají si. Ty osobní vazby na sportovce byly v tom období strašně důležité.

Připravujete se na největší sportovní události dlouhodobě? Například v lednu už na letní akce.

To ne. I na velké akce se připravujeme s nějakým čtrnáctidenním předstihem kvůli akreditacím a navýšení počtu lidí na akcích. Řeší se kdo to bude dělat, za kolik a tak dále. Akce se opakují, například půlmaraton je pro nás jedna z nejdůležitějších, ne-li nejdůležitější sportovní událost roku v Olomouckém kraji, protože tam opravdu běží několik tisíc běžců a děláme z toho galerie, takže řešíme, jestli náš fotograf bude na motorce nebo v autě, kdo bude fotit doběh nejrychlejších. Protože jedna věc je, že se musíte připravit na profesionální sportovní stránku, start a finiš, ale musíte mít také hobby běžce, někdo musí být podél trati a fotky tam musí být rychle. Nemůžete to tam dát tři dny poté, musíte chytit vlnu zájmu. Tohle všechno jsme schopni čtrnáct dnů dopředu vyřešit.

Vnímal jste, že je u vás sportovní tématika upozaděná?

Doufali jsme, že se to co nejdříve rozběhne, protože na těch kolezích, sportovních redaktorech, bylo vidět, že nemají do čeho píchnout, že je to mrzí, byli trochu frustrovaní. Ale vydavatelství se je snažilo podržet, nebyly náznaky toho, že bychom někoho vyhazovali. Jsou to dlouholetí zaměstnanci a za situaci nemohli. Sportovní novináři se určitě báli, co bude, ale nějak jsme to ustáli. Asi nevnímali, že byli na druhé koleji, ale nikdo nemohl vědět, jak to bude dlouho trvat, co se bude dít dál a podobně.

Jak jste reagovali na kompletní rušení sportovních událostí?

Sportovním novinářům jsme dávali i zpravodajské úkoly, řekli jsme: „Dobře, nefotíš Sigma Sparta, ale půjdeš do Kauflandu a uděláš fronty na roušky." Snažili jsme se je vytěžit trochu i mimo sport. Sportovní redaktoři obecně jsou univerzální, jsou to šikovní lidé. Spousta dobrých zpravodajců vzešla ze sportovních redaktorů, protože jsou šikovní, umí fotit, umí se člověka zeptat, umí napsat poutavě nějaký příběh i mimo sport. Máme s nimi dobrou zkušenost, takže jsme je využívali i na zpravodajské věci.

Jak při postupném uvolňování probíhal návrat do starých kolejí?

Nejhorší situace byla, když se zavřely hranice okresů. Kolegové nemohli do práce, byl nařízen home office i firemně. To bylo nejhorší. Když se to postupně uvolňovalo, psali jsme o tom, že se to uvolňuje a že je situace lepší a sportovní novináři psali o tom, kdy se to rozběhne. Že by se to vrátilo do normálu, to ne, úplně zpátky se to asi nevrátí nikdy. I sportovní redaktoři chodili na fyzické porady, a v době nejhoršího covidu nejezdil do práce nikdo, i oni pracovali z domu. První obce, které se tenkrát kompletně zavřely, nesmělo se dovnitř ani ven, protože tam byl zdroj nákazy, byly Litovel a Červenka. Přímo v Litovli jsme měli Jiřího Fišaru, který dnes dělá tiskového mluvčího Sigmy, a tehdy byl u nás sportovním redaktorem a psal blog, den po dni, jak se žije člověku, který je zavřený v nějaké neprodyšné bublině, jak to prožívá. To je jedna z ukázek toho, jak jsme redaktora využili, protože seděl doma a nemohl dělat nic, tak jsme si řekli, že zkusíme blog. V životě by nás ale nenapadlo, že bychom mu neplatili mzdu nebo ho nějak odstřihli.

Tohle je ten interní tým. Co externí? Například fotografové, kameramani a podobně.

Ano. Ti jsou placení za úkon. Když ten úkol neudělali, placeni nebyli. Externisté jsou od toho, aby dělali úkoly, které jim zadáme. Jakmile ty věci nebyly, ani oni neměli práci. To je rozdíl mezi externím přispěvatelem a kmenovým zaměstnancem vydavatelství.

Jsou ještě další pracovní mechanismy, které se zavedly v době covidu a zachovaly se do současnosti?

Převážná část porad probíhá na hromadném hovoru na Teamsu. Přešli jsme do nějakých sdílených tabulek. Dříve jsme si věci psali na tabuli v redakci, protože jsme tam byli každý den, dnes máme sdílenou Google tabulku, do které každý redaktor dá svůj plán a všichni se na to mohou podívat kdykoli během dne, na telefonu. To je taky důsledek covidu, že plánujeme víceméně jen v online prostoru.

Promítla se absence událostí do ekonomické stránky? Byla nízká inzerce, malá návštěvnost a podobně?

Nejsem úplně ten, kdo by vám to řekl, neznám ta čísla. V covidu jsme měli super návštěvnost na webech, ale je složité to vysvětlit lidem. Někteří lidé řeknou, že jsme o covidu psali a že jsme za to dostávali zaplaceno a tak. Tenkrát bylo zajímavé se redakčně vypořádat s dezinformacemi, protože se konaly různé pochody proti nesvobodě a nevím, co všechno. Třeba to, co organizoval bývalý poslanec Volný, ty lízátkové jízdy. Chodily nám e-maily s tím, proč o tom nepíšeme, nebo proč o tom tolik píšeme. Museli jsme se vypořádat s tím, jak o tom my sami informujeme. Jenže média v době covidu nedokázala mít nadhled sama nad sebou. Když jste v události ponořený a neustále o ní píšete, že máme počty mrtvých a hospitalizovaných a denně ta čísla sledujete a aktualizujete, nedokážete se od té události odpoutat a říct si: „Dělám to dobře, dělám to blbě.“ Samozřejmě jsme si to potom vyhodnocovali, ale problém informování médií v době covidu je na samostatnou diplomku.

Napadá vás ještě něco, co se změnilo?

Kromě plánování a fyzických porad se redaktoři museli více zdokonalit v IT technice. Dříve stačil člověku telefon, dnes musí mít účet na Gmailu. Důsledek covidu je, že se redaktoři museli naučit zacházet s telefonem, sami jím fotit, točit videa, neměli u sebe fotografa. Vedlo to k větší profesionalizaci lidí, co se týče digitálních věcí.

Příloha č. V. Rozhovor s Ivanem Němečkem

Rolí jste jednak redaktorem a jednak vedoucím sportovní redakce Olomouckého Deníku?

Přesně tak. Na plný úvazek jsme v Olomouci tři, máme nějaké externisty, jeden člověk to nějakým způsobem řídí, a to jsem já. Zodpovídám se šéfovi divize za celý kraj, kterým je Martin Břenek.

Píšete jak do Deníku tištěného, tak internetového?

Přesně tak. Ono se to v Deníku úplně nerozděluje. Primárně všichni sportovní redaktoři publikují na weby. My, sporťáci, jsme i ve funkci editorů, kteří potom zalamují noviny. Články jdou tam i tam, a tak to prostě funguje. Není to tak, že by byl rozdělený web a print Deníku. To je jeden celek, který nějak funguje. Samozřejmě ne všechno, co je na webu, jde do novin.

A menší aktuality jsou výsadou webu?

Mělo by to tak být. Samozřejmě, hlavně aby publicistika chodila do novin. Ale v pondělí vychází v Deníku snad osm stran sportu a tam sypeme i aktuality z víkendu pro starší čtenáře, kteří pořád primárně hledají informace v novinách.

Byl jste vy nebo vaši kolegové před vypuknutím covidu v ČR na nějakých zahraničních sportovních událostech?

Já jsem v té době na žádné takové nebyl. Kolegové ano, ti jezdili většinou na fotbalové zápasy, protože Deník má nějaké partnerství s FAČRem *(pozn. aut.: Fotbalová asociace České republiky) a* vysílá lidi. My jsme měli zrovna v té době v Olomouckém kraji Jirku Fišara, který teď dělá pro Sigmu Olomouc tiskového mluvčího. To je zrovna jeden z těch nejschopnějších fotbalových redaktorů, které Deník měl, takže ho občas někam vysílal.

Zavedli jste v redakci už před rozšířením covidu u nás nějaká preventivní opatření?

Pamatuju si, že se to samozřejmě nějakým způsobem řešilo. Ale nebyly žádná oficiálně vydaná opatření, nějaké notičky, jak bychom se měli chovat nebo ne. Zatím se v té době, tak nějak asi jako všude, doufalo, že se to k nám pořádně nedostane a tak dále. Myslím,

že tam bylo nějaké upozornění: Dejme si pozor, buďme k sobě ohleduplní, umývejme si ruce a podobně. Ale nebylo to vyloženě tak, že by se na to redakce chystala, to si nemyslím.

Když u nás covid vypukl, jakým způsobem reagovala na nastalou situaci redakce?

V prvé řadě vždycky okamžitě reagovalo vedení na aktuální vládní opatření. Chodily e-maily a okamžitě platila opatření, která musela platit. Pamatuju si, že ještě předtím – jelikož zrovna u nás sporťáků, a myslím, že i u řadových redaktorů zpravodajství, je velice snadné přejít na home office a nechodit do redakce – než byl home office vyloženě nařízen, aby se lidé nepotkávali od určitého počtu, už tam bylo nařízení: „Zůstaňme radši doma, pokud můžeme.“ Kromě těch, kteří opravdu museli nutně do práce, aby se zůstávalo doma. Ještě, než přišlo přímo vládní nařízení. Takže určitě home office je i to, o čem asi i ta vaše práce bude. To je to nejzásadnější, co se změnilo. Protože ono to vlastně trvá u spousty lidí doteď.

Fungovalo něco takového už před covidem?

Pokud vím, Deník měl takový benefit, dva dny v týdnu mohl mít každý zaměstnanec home office. Teď nechci kecat, jestli to byly dva nebo tři dny v týdnu a kdo všechno to tak mohl nebo nemohl mít. Myslím, že to byly dva dny v týdnu snad pro všechny redaktory. Kdo chtěl, tak to využíval. Já třeba určitě ano, protože jsem z Přerova, nesedím přímo v Olomouci, my tady máme taky kamennou redakci, tak jsem chodil před covidem pracovat tam. Myslím, že to opravdu vycházelo na čtyři dny v týdnu, že jsem byl v redakci. Zbytek doma.

Jak se změnila komunikace v redakci?

Obrovským způsobem. Je to také jedna z těch věcí, které přetrvaly doteď a naučili jsme se to aplikovat, zjistili jsme, že je to mnohem jednodušší a pohodlnější. Firma okamžitě ve větší míře všem zaměstnancům do notebooků nainstalovala Teams a veškeré porady se začaly řešit přes tohle. Předtím byly výjimečně online porady, spíš se všechno dělalo osobně, byla setkání celého kraje v Olomoucké redakci, potažmo celé divize střední Moravy v Olomouci a tak dále, jednou jsem byl na poradě ve Zlíně. Ale od té doby se to dělá takhle, díky tomu covidu.

Měl jste s tím vy nebo vaši kolegové problém?

Přiznám se, že jsem se s ničím takovým nesetkal. Všichni naprosto chápali situaci. Na jednu stranu si i myslím, že ono je to na jednu stranu příjemné. Jste doma, nemusíte do redakce, takže nikdo s tím nějaký problém neměl. Nesetkal jsem se s tím.

Jak jste si v období restrikcí a rušení akcí hledali témata? Případně jaký obsah jste publikovali?

Pamatuju si to moc dobře. Samozřejmě se to radikálně změnilo, zničehonic se vám zrušily naplánované akce. Ono vlastně to rušení akcí je téma samo o sobě, přibývání opatření, to, že lidé byli zmatení, i sportovní oddíly a kluby. Neuměli si to kolikrát vyčíst z nařízení. Hodně to bylo o tom, reagovat na to, co vláda zrovna vymyslela, a nějakým způsobem to předat lidem, komunikovat se sportovními oddíly, a na druhou stranu lidem přinášet to, jakým způsobem s tím pracují sportovní oddíly, jaký je to pro ně problém a tak dále. Takže témat bylo paradoxně spousta. Prostě se otevírala nová témata s covidem, která s tím úzce souvisela. Jednak byl samozřejmě prostor pro publicistiku, pro kterou normálně tolik prostoru není, protože pořád děláme aktuálky, zápasy, píšeme reportáže a podobně. To najednou opadlo, takže bylo spoustu prostoru na rozhovor se zajímavými lidmi, ke kterým se spousta z nás dlouho nemohla dostat, měli jsme to tam odložené atd. Při rozhovorech vždycky došlo na otázku ke covidu, každý k tomu měl co říct. Byly zajímavé rozporuplné názory, na tom se to zakládalo. Tohle je ten posun. Šlo se více do publicistiky a reagovalo se na aktuální opatření, co to přináší jednotlivým klubům, oddílům a sportovcům a co třeba bude a tak dále.

Uvítali jste tuhle změnu?

Nechci mluvit za ostatní. Pro mě osobně to určitě zajímavé bylo, že v té hrozné věci se našlo i to, že práce byla najednou jiná a řekněme zajímavější než pád do tradičního stereotypu. Dělám to už osm let, takže v určitých fázích sezony je to prakticky pořád to samé. Najednou to bylo zajímavé, dostal jsem se k publicistickým věcem, ke kterým bych se v té době nedostal. Je na ně čas v létě, je na ně čas teď, když skončily fotbalové soutěže, je více prostoru tohle dělat. Normálně by to třeba nebylo. Bylo ale i zajímavé nějak sledovat dění kolem covidu. Jakým způsobem to ovlivňuje kluby. Myslím, že i spoustu článků bylo hodně čtených díky tomu, že to lidi zajímalo. Na druhou stranu jsem

stoprocentně přesvědčený, že čtenost sportu a zájem o sport byl v té době o dost nižší, protože lidé měli jiné starosti a jiná témata.

Načal jste další otázku. Projevil se v redakci snížený zájem o sportovní tématiku?

Myslím, že je to strašně individuální a je to o tom, kdo jak pracuje. Věřím tomu, že spousta lidí, hlavně starších kolegů, neumí tolik reagovat na takovou náhlou změnu, když to dělají strašně dlouho a najednou jim vypadnou tyhle zápasy a tradiční témata, o kterých píšou. Na základě toho, že si naberou někde po zápase nějaký rozhovor. Bylo to hodně individuální, takže budu muset mluvit spíš za sebe. Teď mi asi uteklo, jak přesně byla otázka?

Pociťoval jste, že je snížený zájem o sportovní témata?

Myslím, že úplně jsem to nevnímal. Jak říkám, snažil jsem se hledat zajímavá témata, která přinášel covid samotný. Že bych to takhle vnímal, že to teď nikdo nečte, proč o tom vůbec píšu… tyhle pocity jsem vůbec neměl. Ale věřím, že někteří starší kolegové ano a třeba byli o hodně méně produktivní, měli méně článků. Taky spousta lidí nevěděla, jak to bude dál. Jestli pro nás bude nebo nebude práce v Deníku a tak dále. Naštěstí se ukázalo, že ten problém nebyl.

Jakým způsobem se proměnil výběr témat?

Deník má obrovskou výhodu v tom, že má obrovský zásah do regionů a de facto má v každém regionu, dá se říct okrese, svého člověka. V každém kraji řekněme dva tři lidi. Často jsou to lidé, kteří to už dělají spoustu let. Jak říkáte, jsou to osobní známosti. A vazby na lidi – tím, že jsem z Přerova, tak v Přerovsku a okolí lidé chodí sami, znáte se s nimi osobně, tykáte si sami, někdy je to na nějaké kamarádské bázi. Takže vám na rovinu každý řekl, jak to je, jak to není. Jinak se témata hledala snadno. Jak jsem říkal, měnila se situace podle vládních nařízení, třeba na tohle se dalo dobře reagovat. Člověk má v záloze nějaké věci, které chce udělat, třeba nějaký rozhovor s člověkem. A tohle byla témata, která jsme dělali.

Nabízely vám třeba samy kluby témata? Například kvůli prezentaci svých sponzorů, marketingovém plnění...

Rozumím, kam míříte. Přiznám se, že tenhle případ si vyloženě nepamatuju. Oni psali sami, protože se to nějak nabízelo. I pomoc kvůli sportování dětí, že mohl na tréninky omezený počet dětí. A kolikrát to byly nesmysly, tak jsme o tom psali, aby o tom dali nějakým způsobem vědět, že už zase fungují, trénují, že děti mohou chodit, že jim teď ubyly… Tak nějak přirozeně, já to tak aspoň beru, jsem chtěl oddílům pomoct aspoň v tomhle, protože to byla fakt blbá situace. Nebylo to tak, že by někdo vyloženě přišel a řekl, že potřebují vydat článek, protože nemají děti, sponzory. Tak to nebylo. Myslím, že to šlo spíš přirozeně samo. Tím, jak jsme my ta témata, která souvisí s covidem, hledali, tohle přišlo automaticky s tím.

Když se konaly sportovní události, ale bez diváků, jak se projevovala nemožnost tam být osobně?

Co si pamatuji, bylo to jak kde. Když se otevřel třeba hokej, byl omezený počet, možná pár vybraných novinářů se tam dostalo. Já jsem chodil na první ligu v Přerově, a tam se řešilo jedině to, že musel být alespoň negativní antigenní test. Dělal to přímo klub. Myslím, že se zrovna hrálo nějaké předkolo playoff, nějaký důležitý zápas, ráno jsem přišel na test, udělali mi antigen, který byl negativní, a tak jsem mohl přijít na daný zápas. Když se rozeběhla hokejová extraliga, spousta novinářů tam byla. Když to bylo povolené. Když jsme tam nemohli – byl případ, že novináře nepouštěli ani tady v Olomouci na hokej – fungovalo se tak, že redakce daných klubů nám posílaly fotky, ale i ohlasy hráčů. Nikdo tam nemusel být fyzicky přítomný. A fungovalo to de facto stejně. Člověk se na to díval v televizi nebo někde přes hokejka.tv. Mluvím pořád o hokeji, protože je mi to nejblíž. Byla domluva s klubem, že tam nemusíme, že nám pošlou ohlas hráče a fotky z klubové redakce a my to můžeme neomezeně použít. Takže takhle se klub nějakým způsobem prezentoval, ale práce byla samozřejmě omezená tím, že jsme nemohli mít exkluzivní rozhovor s hráčem po zápase a tak dále. Měli jsme to jen prostřednictvím klubu. Takže nic příjemného. Ale zase máme telefony, umíme si sehnat čísla na hráče a šlo to. Tohle je to zásadní.

Vnímal jste pokles kvality kvůli zavedenému home office? Ať už jde o zpětnou vazbu, korekturu, brainstorming nad tématy atd.

Sportovní redakce Deníku už nějakou dobu v jednotlivých regionech – na centrále v Praze to mají – nemá korektora. Už se neprochází korekturou, takže ty bych z toho

vyhodil. Ale samozřejmě debata nad tím, co psát a proč, to tam určitě chybělo. To je jasné. Na druhou stranu to nikdy nebylo tak, že bychom se pravidelně potkávali každý den všichni třeba v Olomoucké redakci. My jsme pořád byli v kontaktu hlavně online, přes telefon. Že by ten úpadek byl rapidní, to ani ne. Kdybych měl odpovědět, řekl bych, že ne, že je to všechno pořád stejné. Zásadní změny jsou home office a komunikace a porady přes Teams.

Kladl se v období covidu důraz na to, aby byl sportovní novinář více multioborový?

Stoprocentně. Nebylo to tak, že by nám někdo vyloženě řekl: „Dejte si pozor, podívejte se, jak píšou zpravodajci…“ To nám přímo nikdo nevštěpoval. Spíš to každý nějak pocítil, že se najednou dívá coby sportovní reportér na normální zpravodajství a sleduje stránky Ministerstva zdravotnictví a přebírá odtamtud nějaké věci, citace. V tomhle smyslu to bylo stoprocentně jiné a musel si na to člověk dávat trochu pozor. Bylo to něco jiného. Já jsem to občas diskutoval s kolegyní ze zpravodajství, když jsem si nebyl jistý nějakou formulací nebo podobně, tak jsem se jí zeptal, jestli je to v pořádku. Většinou nebyl problém, někdy mi třeba řekla, že by si dala pozor na formulaci. Třeba takové hlouposti, jak pojmenovávat onemocnění, jestli koronavirus nebo covid-19, a jestli to psát s velkým, nebo s malým. Zezačátku se tyhle věci fakt řešily a nějakým způsobem jsme si to ustálili, jak to budeme psát a používat.

Rozšířil se rozsah vašich aktivit?

To bylo stejné. Spíš myslím, že během covidu – tím, že jsme tolik nemohli do terénu a tak dále – se to omezilo. Protože my jinak děláme dá se říct všechno. Jsme tu jako fotografové, ne všichni, samozřejmě. Ideální reportér by tady měl být fotograf, pomalu kameraman, novinář, editor, který si zalamuje text, a ještě webový editor, protože si články vydáváme sami. Takže to je velká denní škola.

Jestli proběhl, jakým způsobem probíhal návrat do redakce?

U mě úplně ne. U mě hodně změnilo to, že jsem přešel na vedoucí pozici. Spíš jsem občas jezdil do Olomouce, ale výjimečně. Mohl bych se vrátit do Přerovské redakce, chodit tam, ale tak nějak jsem už poznal, že by to bylo zbytečné. Pro mě je lepší pracovat z domu, nikdo s tím nemá problém a home office u většiny z nás funguje. Jak jsem říkal, u nás už nastaly nějaké lehce personální změny, obměnilo se to. Jirka Fišara je v Sigmě, tak jsme

hledali nového borce, který je student v Olomouci. Předtím k nám přišel Michal Muzikant z Uničova, takže ho taky nenutíme, aby jezdil do redakce. Nebývá tam, bývá spíš doma, jen občas se sejdeme v redakci. Home office u nás sportovních redaktorů hodně přetrval, a myslím, že ve velké míře i u zpravodajců, že jsou mnohem méně v redakci, než bývali. Tohle si všichni uvědomili. Klidně vám asi můžu prozradit, že s tím je spojené to, že se v regionech ruší kamenné redakce a budou zůstávat jen krajské.

Proměnilo se s covidem nebo situací obecně personální obsazení redakce?

To si nemyslím, co se týče personálního stavu, ten se myslím neměnil, ten zůstal stejný. Spíš po finanční stránce. Jak říkáte, hlavní dopad bude v Deníku určitě tohle, i když nejsem úplně pověřená osoba, která by vám o tom měla něco říkat. Ale vím, že to tak je, že se ruší redakce po republice. Rušily se předtím, rušily se během covidu a rušit se budou. Je to i díky home office. Jinak si úplně nemyslím, že by vyloženě Deník finančně trpěl, protože vím, že čtenost Deníku během covidu byla obrovská. Byl tam obrovský nárůst. Nevím, jestli si to pamatujete, když jste si rozklikl během covidu stránky Deníku, ten byl první, který měl nahoře tu přehlednou lištu. Patřil mezi nejčtenější portály v republice v té době. Že by deník finančně prodělával, to si nemyslím. Určitě se prodávalo méně tištěných novin, možná ubyli nějací předplatitelé, ale to si myslím, že je věc, která je u novin jasná a pořád jde dolů. Asi jedině rušení redakcí.

Souhlasíte s tím, že novináři i na home office jsou stejně produktivní jako kdyby byli v redakci?

Je to tak. Myslím, že se to vypozorovalo, a že opravdu zjistili, že krajské redakce budou stačit na nějaké výjimečné porady. Editor pro celý kraj stejně sedí někde tam v kraji a komunikuje s redaktory. Já myslím, že to je v pořádku. Spíš šlo o příjem inzerce a tak dále, protože kamenné redakce mají i nějaká inzertní oddělení, třeba tady v Přerově, kde lidé jsou zvyklí čtyřicet padesát let chodit osobně, přijít si dávat vzpomínky na úmrtí nebo nějakou řádkovou inzerci, že hledají partnera nebo prodají kolo… To se pořád děje a byl to hlavní důvod – protože příjem inzerce je pořád vysoký, i tady v Přerově – proč to redakce nechávaly. Aby lidé měli kam chodit a tak dále. Myslím, že to je hodně svázané nejen s redaktorskou prací, ale i s inzercí. Aby bylo někde místo Deníku, kam lidé můžou chodit.

Je ještě něco, co bylo zavedeno v covidové době, a promítlo se to do současnosti?

Určitě bych ještě řekl online porady. Jsou běžné, máme je každý den, chodím jako zástupce Olomouckého kraje za sport se zpravodajci na porady každé ráno a dvakrát týdně máme jako šéfové kraje v rámci sportovní divize (porady) s naším šéfem. Tohle je na jednu stranu častější než předtím. Porady byly méně časté, kromě toho, že jste se potkali každý den v redakci. A obsahově? Úplně bych neřekl, že je to spojeno s covidem. Spíš je to spojeno s dobou a s tím, že se Deník v poslední době soustředí na videa, to je dáno konkurencí a tím, že si každý uvědomuje, že je doba videí a je potřeba dělat videoobsah a tak dále. Asi by to byla otázka spíš na někoho ze zpravodajství, jak tam začali dělat podcasty a videorozhovory, tak jestli to bylo kvůli covidu. Neřekl bych, že to u nás bylo spojeno s tím.

Jak na to reagujete – vadí vám to? Máte pro natáčení nějaké konkrétní cíle?

Snažíme se. Já jsem jeden z lidí, kterému to nevadí. Mě práce s videem docela baví. Ale jsou to jednoduché věci. Jsme na nějakém nižším fotbalu, který nepodléhá žádným autorským právům a podobně, vidím, že jde borec kopat přímák, tak si vezmu mobil a natočím to. Už se mi kolikrát podařilo skoro natočit borce na konec. Je z toho zajímavé video. Nebo se toho natočí víc, oslava z šatny, nastříhá se to za sebou… Chtějí po nás co nejvíce videí, aby k těm článkům byly. Samozřejmě by nějak měly videa vypadat, mělo by tam být něco zajímavého. Nebo vezmeme mobil a natočíme videorozhovor. Nejen na diktafon. Když s ním rozhovor dělám, zvuk tam mám, tak to můžu rovnou natočit na telefon. Pro lidi je to určitě zajímavější, když tam mají video, kde vidí člověka, jak odpovídá a mluví. Tím asi nejzásadnějším, co Deník rozjel v rámci sportu, je seriál „Pivo, párek a Liga mistrů“. Nevím, jestli jste to zaznamenal. Jedná se o sondu do nižších soutěží, kde na vesnicích hrají třeba bývalí reprezentanti, úspěšní ligoví hráči a tak dále. My děláme to, že za nimi jezdíme. Já jsem dělal dva díly pořadu s Markem Heinzem a Milanem Barošem. Samozřejmě všechno se musí dopředu domluvit, připravit, jedu tam s externím kameramanem. To už samozřejmě netočím já, jsem tam jako moderátor. Uděláme rozhovory, natočíme záběry, pak se to posílá do Prahy, kde to jeden člověk sestříhá a je z toho pěti až desetiminutový seriál, který už má nějakých dvanáct třináct dílů. A myslím, že to je fajn.

Reagujete zkrátka na konkurenci...

Ono je to i vtipné, dá se to pojmout různě. Bavíte se s lidmi, kolikrát svéráznými. Nižší fotbal má svoje – stačí zmínit seriál Okresní přebor – kouzlo. A to se krásně přenáší. Ne všechny díly jsou podle mě povedené. Řekl bych, že většina ano, a že je to zajímavé. Zase to čerpá z toho, že je to na těch vesnicích. Tam kde jiná média nejsou, my máme články s no name lidmi, které když zamknete, dáte to za prémium, sbírají více prodejů než rozhovor s nějakou hvězdou, o které si lidé můžou přečíst kdekoliv.

Nastartovalo covidové období vaše působení na sociálních sítě?

Rozhodně se Deník za poslední dva roky snaží na tom mnohem více pracovat. Předtím to bylo takové zmatené. Nejsem si úplně zase jistý, jestli to nastartoval covid, nebo spíš to, že věděli, že tam mají dlouhodobě trošku mezeru. Teď už máme v naší – myslím, že je to za celou divizi, což je vlastně Moravskosleszský, Olomoucký, Zlínský kraj – slečnu, která má na starosti vyloženě jen správu sociálních sítí a koriguje příspěvky i z centrály z Prahy, jednotlivé okresní a tak dále. Je možné, že během covidu to šlo víc vidět, a díky tomu se na to Deník více zaměřil. Teď už je to profesionálnější ze strany někoho, kdo sociální sítě spravuje.

Příloha č. VI. Rozhovor s Jiřím Kalembou

V rozhovoru s vaším kolegou Pavlem Jahodou se několikrát zmínil, že toho víte o fungování webu ČTSport první poslední…

Uvidíme, třeba vám něco řeknu. Tyhle věci, kdy máte více stran na srovnání, se hrozně liší podle kapacit a zaměření toho online média. My jako televizní web jsme myslím v onlinu specifičtí, protože vycházíme z vysílání sportovního kanálu a zároveň nemáme takovou personální kapacitu jako jiné online servery nebo sportovní weby. Zároveň se snažíme samozřejmě nějakým způsobem reflektovat vysílání, občas nějaká vlastní témata, a hlavně – co si myslím, že je naše devíza – podcasty a poměrně silné sítě, protože na tu značku máme navázáno dost followers na platformách. Je to roztříděné, ptejte se, a uvidíme, jestli budu vědět řeknu, ať je vám to akademicky přínosné.

Čekal jste, že pandemie covidu-19 tak poznamená sportovní svět?

Nikdo moc nevěděl, co se může stát. Určité obavy už byly a Anterselva byla poslední velký podnik s diváky na dlouhou dobu. Pak přišel rázný řez a jedna z věcí, které já si pamatuju, protože jsem o tom psal článek, bylo mistrovství světa v curlingu holek, kam odcestovala česká reprezentace, ale tam se rozhodlo pár dní před šampionátem, že se to neuskuteční, a ta reprezentace se velice lopotně z Kanady vracela jedním z posledních letů do Evropy. To tehdy byla úplně nová bezprecedentní situace a najednou se všechno naráz začalo rušit a dohrávat a nedohrávat. Tohle souviselo i s vládními kroky, takže to bylo stupňovité – nejdřív jakože se bude hrát bez diváků, pak, když ta čísla rostla dál, rušilo se úplně všechno. A tak to přišlo no.

Zavedli jste nějaká preventivní opatření v redakci ještě před výskytem covidu v ČR?

Ty souvisely s chodem televize jako takové. My jsme si to nemohli určit sami, ale čekali jsme na to, jaké předpisy nastaví vedení televize nebo zpravodajství. Pamatuju si, že jsme měli poradu, kdy jsme se v počtu deseti dvanácti lidí sešli v místnosti našeho výkonného ředitele, pana Ponikelského, protože tehdy se začalo mluvit o možném odložení olympiády, a to vypadalo, že se nemůže stát, že s olympiádou nikdy nemůže nic hnout. Už existovaly důvodné obavy o zrušení Eura a Mistrovství světa v hokeji a v tu chvíli jsme si řekli, že se možná scházíme na nějakou dobu naposledy, že už třeba někdo z nás je nakažený, a jen se o tom neví, protože tehdy se nevěděly inkubační doby a všechny

tyhle údaje se teprve získávaly. Řešili jsme to, že je dost možné, že se bude pracovat z domova. Home office, teď je to slovo úplně běžně používané, je to součást naší běžné reality fungování, ale tehdy byl home office něco velmi výjimečného. Zvlášť pro lidi, kteří mají zpravodajskou směnu a bylo absolutně obvyklé, že pracovali v baráku. Ale myslím, že nás jako online to postihlo méně, až na pár komunikačních věcí, které jsme ale taky dokázali nastavit, že jsme si vytvořili nějakou směnařskou Whatsapp skupinu. My jako online jsme přešli na home office tak, že pokud má někdo doma dobrý internet, což je většina lidí, tak může fungovat. A komunikaci jsme vyřešili prostřednictvím Whatsappu a Messengeru. Horší to bylo s fungováním televizní redakce, která v podstatě musela pořád vyrábět, ale eliminovat počty lidí na pracovišti a nějakým způsobem work flow nastavit tak, aby se lidé vzájemně nijak neohrožovali. Což nastavilo zpravodajství, jako i sport, takže se většina věcí dělala v terénu, to znamená, že zpravodajské štáby nedojížděly na stříhání reportáží do budovy, ale zůstávaly v terénu. Udělaly se tzv. směny A a B, to znamená, že když by došlo k nakažení, je připravená směna B a střídaly se po týdnech. A my jsme to v redakci nastavili tak, že já jsem řekl, že nesmí být více než dva lidi v naší místnosti, což s nějakými výjimkami dodržujeme až doteď, protože nám to funguje. To fungování v tomhle neznamená, že bychom byli ovlivnění nebo handicapovaní, kdybychom na home office museli být. Takže nás to tolik nepostihlo, ale spíš jsme v rámci postupů čekali na to, s čím přijde Česká televize, abych se vrátil k úplnému začátku covidu.

Museli se redaktoři naučit novým věcem? Například střih, focení a podobně.

To oni dělají pořád. My píšeme, stříháme, upravujeme agenturní fotky. To znamená, že pro lidi se nic nezměnilo. Jediné, co potřebovali, bylo dostat vzdálený přístup do pošty a do svého počítače, případně administrační práva k dálkovému používání našeho administračního systému. Jinak se pro ně nezměnilo vůbec nic. To, s čím fungovali, bylo úplně to samé, co potřebovali v rámci směny, když byli v redakci. My jsme na tom nebyli ztratní. Co si myslím, že jsme dokázali zavést a ze začátku jsme několikrát – já jsem to udělal asi třikrát – dokázali, bylo pomoct televiznímu zpravodajství, protože já jsem v tomhle období objevil možnost live konferencí se sportovci. Dělali jsme Tomáše Satoranského, Zdeňka Štybara, Filipa Jíchu a bavili jsme se o situacích v zahraničí a udělali jsme vlastně trojí obsah – živě na sociálních sítích, napsali jsme článek, a ještě část videa. Myslím, že dvě z těch tří videí byly jako otvírací reportáž v Brankách, bodech,

vteřinách, to znamená, že jsme ještě pomohli televiznímu obsahu, kterého nebylo moc. Jestli si pamatujete, protože se nic nehrálo, v Brankách, bodech byly věci jako YouTube videa s kuličkama a domácí tréninky sportovců. Já se divím, že vůbec měli co vysílat, protože nebylo vůbec nic. A online naopak, mohli jsme psát a měli přístup k formě uveřejnění – protože vy článek napsat můžete, můžete nadhodit téma, můžete udělat podcast, ale nemůžete udělat video do zpravodajství, když se nic nehraje. To se dělá blbě. Já myslím, že tohle období spíš možná ukázalo televizi, že tady existuje docela dobrá platforma na to udržet lidi, a to zpravodajství dělá. Plus jsme na sociálních sítích lidi zaměstnávali různými kvízy. Já jsem se trošku inspiroval u ESPN nebo BBC, kteří v té době dělali kvízy jako třeba „Největší příkoří českého fotbalu“, a byly tam čtyři možnosti, obrázky Kolína, Eura, největší smutky, největší radost, největší osobnosti, a takhle jsme si vymýšleli vlastní obsah do doby, co vzala to, na co jsme do té doby byli úplně zvyklí. Když si to vezmete, tehdy měly kulminovat všechny soutěže. Domácí playoff a podobně. Nebylo nic. Tak jsme se alespoň trošku snažili nějaký obsah vymyslet, nebyly žádné mantinely, nebyly žádné zkušenosti, tak jsme to pokus-omyl dávali dohromady.

Byl to čas na vytváření něčeho nového…

Zkoušet věci, jestli fungují, a plánovat si. I když se mohlo zdát, že nám práce zmizela, já jsem nechtěl, aby to vypadalo, že se bez sportu dá žít, myslím, že pořád ten sport přináší do životů lidí nějaký eskapismus, radost, emoce. Bral jsem to tak, abychom tenhle fragment nějak zanechali. V podcastech – třeba v basketbalovém podcastu – jsem se třeba vracel ke starým zápasům playoff a bavili jsme se o věcech tak, že jsme pořád chtěli témata trochu nastavovat.

Bylo obtíže hledat nová témata?

Bylo. Bylo, protože po určité době – dva týdny, tři týdny – kdy odpadl šok z toho, do čeho se to náš svět ponořil, nemůžete pořád do nekonečna vydávat, co všechno se zrušilo. Protože se zrušilo prostě všechno. Tak jsme vycházeli z toho, že jsme si řekli, že chceme aspoň nějaké autorské věci. To znamená, že můžeme někomu zavolat domů, přesně to bylo součástí toho, co jsem říkal u předchozí odpovědi, naše kontakty se sportovci přetvořit v to, že budeme mít nějaký autorský exkluzivní obsah, abychom mohli něco nabídnout. U mě to byly letité kontakty, kdy se najednou s lidmi můžete pobavit, protože i ti sportovci byli víceméně většinou někde zavření a taky neměli moc žádný kontakt.

Takže to byl win-win, že komu člověk napsal, tak se na nějakém rozhovoru domluvil, a tu a tam jsme něco dávali. Pak se to samozřejmě posunulo, jak se zrušily velké akce. Když se zrušilo Mistrovství světa *(dále MS)* v hokeji, začali jsme jinou formu spolupráce na bázi televize a online. Třeba Robert Záruba vymyslel kontinuální program během MS, že se do toho mohli nějakým způsobem zapojit diváci. Protože co bylo velmi nepoznané v tomhle období, a než se to stalo mi to nikdy nedošlo, tak partnerské aktivity a sponzorské smlouvy, které jsou nastavené, tak když nemůžete plnění vykázat, sport byl v ohrožení, že by přišel o spoustu peněz. Teď mluvím o hokeji, basketbalu, to jsem všechno zjistil. Tahle doba je taky zdrojem velkého množství kreativních projektů, které tu sponzorskou aktivitu nějakým způsobem mohly uspokojit. To se týkalo třeba i MS v hokeji, kdy se nějaké soutěže dělaly v koordinaci s námi. Že se něco umísťovalo na web – to už si přesně nepamatuju, vím, že nějaké hlasování bylo přes Facebook nebo že lidé hlasovali, který zápas v archivu českého týmu chtějí vidět a tak dále. To znamená, že to pomohlo něčemu, o co já se snažím strašně dlouho, ale jde to velice pomalu, to znamená propojení vysílání s online světem. Protože nic jiného se nedalo vymyslet a přirozeně to z toho vyplynulo. Že jsme je potřebovali a oni nás potřebovali najednou trochu víc, pro komunikaci a pro uklizení některých věcí, soutěží a podobně. Tak to je třeba taky jeden z vlivů, které vykrystalizovaly. A nejen u nás. Myslím, že právě i u basketbalu, u něhož jsem na pár věcech participoval, se dělaly online kvízy samozřejmě o sponzorské věci a sponzorované kvízy, protože nikde jste se nemohli cítit bezpečněji, než když jste udělali nějakou online věc a ti lidi, pokud byli doma, na to koukali. To byl zajímavý vedlejší produkt toho všeho, že se online svět v rámci streamů a v rámci všech těch aktivit dal dohromady. U nás to znamenalo tohle propojení.

Propůjčovali jste v té době redaktory z webu do televize?

Taky. I v televizní redakci nedostatek práce způsobil to, že někteří lidé se přehlásili na směnu do ČT 24, a protože v covidu se psalo všechno o covidu, ale zpravodajství je velké a témata jsou různá, tak jsem půjčoval některé své redaktory webu ČT 24.

Promítlo se to, když se podíváte na sportovní témata, na čtenosti a sledovanosti?

Ano, promítlo se to tak, že samozřejmě my máme většinou nejlepší čísla v době, kdy vysíláme největší akce. Propad v roce 2020 byl znatelný. Někde ve výročních zprávách mám porovnání. Tam absence olympiády, Eura a hokeje byla opravdu, opravdu znát a

z února nebo března, kdy jsme měli biatlonové MS, které je samozřejmě hodně sledované a čtené, přišel ohromný propad, který trval v podstatě do podzimu. Z toho se to pak nějakým způsobem škrábalo nahoru. Ale tohle bylo určitě znát. My tedy nejsme web nebo televize navázaná na to, že bychom ze sledovanosti byli živeni, protože nemáme žádné sponzorské věci a reklamní plnění, ale samozřejmě, každý web chce nějaká čísla a to, že tu práci pro někoho dělá. Ale já jsem to celkem chápal, protože na druhou stranu, když si vzpomenete na atmosféru ve společnosti, tak asi jedna z posledních věcí, která někoho v tu chvíli zajímala, bylo si číst o sportu, když končily provozovny a řešilo se, jak to bude s gastronomií a byly přehlceny nemocnice. Je jasné, že tyhle věci šly trochu na okraj zájmu.

Promítla se nemožnost redaktorů navštěvovat sportovní akce například na kvalitě publikovaného obsahu?

My většinou lidi do terénu neposíláme, nemáme to tak zavedené. Většinou věci děláme od stolu. Pokles kvality v tomhle smyslu u nás určitě nenastal. Co se týká věcí v terénu, ty máme při velkých akcích, jako třeba biatlon, když tam jedou kluci, nebo když já jsem na olympiádě. Případně když máme člověka na MS v hokeji. Ale ten dojezd akcí u nás určitě neznamenal propad kvality textů. Myslím, že to jelo pořád stejně.

Měnilo se u vás kvůli covidu personální složení? Ať už mluvíme o externistech, nebo interním týmu.

Ne. Co se týká televize, tam v době covidu nedošlo k žádnému propadu, omezování, krácení. Snažil jsem se samozřejmě i externím redaktorům, kteří nebyli zaměstnanci, v rámci směn počty podržet, nebo, když jsem to nedokázal, jsme našli aspoň spolupráci s webem dvacetčtyřky, protože ti potřebovali lidi, takže to měli pokryté. Vím, že v televizní redakci ta spousta externích lidí, kteří jsou navázaní na to, že je tam spousta výroby a práce a přenosů, a tyhle věci padly, vymýšleli nějaký způsob, aby nebyli v uvozovkách na nule. Nevím, jak přesně to bylo, vím, že měli určitě nějaké směny. Možná se věnovali nějakému archivu a snažili se držet aspoň počet směn. Co se týká stavů, to spíš přichází teď. Nevím, jestli jste zaznamenal, že se vrátila debata o koncesionářském televizním poplatku a že generální ředitel, Petr Dvořák, zmínil, že pokud se nenavýší, televize musí přejít k velkým úsporným opatřením. Protože inflace, energie, a to všechno za stálé hladiny, kterou na tom poplatku vybereme, už vůbec neodpovídá tomu, aby se dala nakupovat technika, vysílací práva a dělat výroba v takovém množství, v jakém to bylo možné. Takže k eliminaci nebo snižování stavů, zaměstnanců a externích spolupracovníků dochází až teď. Ale není to spojené s covidem.

covid v tomhle neudělal zásadní řez. Teď je to spojené s ekonomickou situací a kapacitou a stavem televize.

Říkal jste, že jste byl na olympiádě, ale byla v mnoha ohledech specifická. Jakým způsobem to proměnilo vaši práci?

No, byla to nezvyklá olympiáda. Samozřejmě bez lidí sport ztrácí část svého kouzla, aspoň podle mého názoru. Byť je olympiáda mimořádná a na tom sportovišti, které je teda postaveno pro lidi velké, se cítíte pořád mimořádně, pořád máte olympijský brand a vnímáte důležitost soutěže, samozřejmě s lidmi by to bylo ještě o něco lepší. Bylo divné si zvykat. Ale jak se říká, že si člověk zvykne úplně na všechno, tak po té době, té sezóně, která se odehrála víceméně bez diváků, tak ač je člověk v branži spoustu let, úplně během toho roku zapomene na to, že nějací lidé na sport chodí. Já jsem to tak vnímal, že si tak odvyknete, že teď, když se to vrátilo do normálu, jsme si to strašně užívali. Ta olympiáda… já chápu, proč ji potřebovali udělat. Na druhou stranu, ti Japonci jsou tak úzkostliví. A tak strašně přísná opatření zrovna v Tokiu byla v číslech, která na stomilionovou metropoli byla menší než u nás, a bylo úplně všechno zavřené, a to město na své poměry bylo úplně vylidněné. Ta olympiáda ze všech televizních a sponzorských důvodů a cen práv se prostě musela uskutečnit. Musela. Možná kdyby byla v jiné zemi, tak by se tam nějakým způsobem divácké procento v kapacitách našlo. Takhle to bohužel bylo bez toho, co dělá olympiádu olympiádou, to znamená emocí, lidí, diváků, atmosféry, byť si myslím, že ve spoustě sportů se příběhy a úspěchy našly, a i tak to k lidem doputovalo. Ale nemůžu se zbavit pocitu, že kdyby to tam bylo, bylo by to ještě o něco lepší.

Probíhal kontakt se sportovci v omezené míře? Limitovalo vás to?

Ono zas tak omezené nebylo. Na olympiádě funguje nějaké pravidlo setkávání, které máte v meet zóně na sportovištích, to platilo pořád, byť tam byly rozestupy a respirátory, ale máte na toho člověka omezený čas. A do olympijské vesnice stejně můžete na omezenou dobu, i když byla řekněme omezenější. V olympijské vesnici si můžete domluvit rozhovor nebo na základě vztahu s Českým olympijským výborem se domlouvají televizní rozhovory a další rozhovory jako třeba jeden na jednoho. Tady to bylo omezené na nějaký čas a na vzdálenost nějakého koridoru, ale víceméně toho na olympiádě ani za normálních okolností se sportovci nemůžete víc udělat. Tam fungují regule. V Pekingu jsem nebyl, takže nevím, jestli to tam bylo horší, protože tam bublina byla úplně úplná.

V Tokiu po čtrnácti dnech bubliny a karantény mohli normálně do města, což v Číně nemohli, to bylo ještě přísnější. No a doufám, že do Paříže už bude všechno v klidu.

Dokázal byste jmenovat stěžejní změny, ke kterým v redakci během covidu došlo?

Jedna z nich je určitě to, že v rámci našich struktur a vnímání v televizi jsme získali mnohem větší respekt a více se s námi jako platformou počítá i v tom televizním médiu. To se určitě změnilo. Určitě se změnila potřeba toho být v jedné místnosti, protože jsme zjistili, že to může fungovat, i když jsme každý jinde, a opravdu to nemá ani na operativnost práce vliv. To, že se rozdělí téma nebo se něco stane, než si to řeknete mezi stoly, napíšete si to na Whatsappu a lidé to pořád vidí. My jsme ani v rámci aktuálnosti nebo reakce na něco nezaznamenali chybu nebo fuck up v tom, že bychom tím, že jsme každý na home office, něco propásli nebo zanedbali. I tohle je jeden z poznatků. Během zimní olympiády se s čísly moc nevědělo a my jsme se nevrátili na olympiádu, že bychom řekli: Hele teď budeme fungovat klasicky v redakci. Ale udělali jsme to částečně, že jsme pořád byli v módu home office, ale někteří lidé byli v redakci, protože tam museli být. Ale nikdy předtím bych si touhle netroufnul, nemít tu zkušenost, že to bude fungovat. To jsou asi dvě hlavní věci. To velké přidružení k televizní redakci, nebo spíš zjištění redakce, že my můžeme opravdu obsah a lidi taky přilákat. A druhá věc je tohle fungování. A jak jsem mluvil o podcastech, my jsme si v covidu předplatili službu StreamYard, protože do té doby jsme podcasty točili vždycky fyzicky na Kavčích horách ve zvukových režiích a hosté k nám chodili. Tohle nešlo, protože bylo strašně složité někoho, kdo v televizi nepracoval, do toho baráku dostat. Takže tohle jsme museli nějakým způsobem vyřešit a doteď to takhle děláme, že podcasty můžeme dělat jako online streamy, živě, a zároveň to natáčet na online platformě StreamYard, protože jsme si ji předplatili, protože jiný způsob, jak to dělat nebyl. To byla taky velká změna a uvedl bych to asi jako třetí věc.

Poptávka po podcastech asi obecně vzrostla.

To pomohlo no. My jedeme asi od roku 2016, myslím, že jsme měli vybudovanou základnu, nejsme ti, co naskočili na podcastovou vlnu. Ale spíš forma té práce a určitě to, že ten formát existuje. A nám v televizi na to konto udělali televizní upoutávku, že ty podcasty u nás jsou.

Jakým způsobem se u vás proměnila editorská činnost a kontrola práce? Je u vás editace závislá na přítomnosti v místnosti a konzultaci tváří v tvář?

Zase by se to asi dalo rozdělit, protože se to nedá paušalizovat. Když máme větší téma, stejně ho dopředu diskutujeme. To jsme si zavedli nově, že chceme každý mít jedno velké téma a stejně se o něm dopředu bavíme. Co se týká věcí v rámci dne, když něco vznikne, přístup do článku editor má, ať je, kde chce. S tím člověkem komunikovat může. A my neděláme na takových kauzách, abychom u toho museli sedět u kulatého stolu, opravdu málokdy takové věci přijdou. Asi bych neřekl, že to je nějaký problém, ale možná máte pravdu, že tyhle denní věci, ty nuance, se trošku vytratily. Já jsem ale taky v době covidu přišel na to, že možná jsme někdy řešili až moc velké detaily, a ono je to ve finále jedno. Když umírají lidé kolem, je celkem jedno, jestli máte odstavec navíc nebo míň a trochu se priority zpřeházely a začalo se řešit, co vydávat a jak. Pořád to máme všichni asi v čerstvé paměti. Ano, profesionální přístup je potřeba, je to naše práce, ale zároveň u toho nejde o život, takže možná není potřeba řešit desítky minut, jestli to udělat tak nebo onak.

Provázal se web více se sociálními sítěmi?

Sítě k nám patří a ti kluci sedí u nás, to znamená, že to se nezměnilo, ta spojitost už byla pevná. Komunikace a všechno, ti kluci k nám patří, spadají pod nás, a já po nich hodně často něco chci. Je to samozřejmě součástí proma webu, ale spíš se tam více snažíme dávat informace o vysílání na ČT sport Plus a aby tam byly informace o vysílání a tak dále. Tam to zůstalo, jak to bylo. Je to strašně důležitá součást naší komunikace na kanálech.

Příloha č. VII. Rozhovor s Pavlem Jahodou

Byly v redakci zaváděny s ohledem na zahraniční situaci preventivní opatření ještě před vyhlášením nouzového stavu?

Já si úplně nepamatuju, jak to bylo přesně v téhle době, o které mluvíte, příchod z Číny do Itálie. Je možné, že v té době začaly preventivní kroky v rámci celé České televize. Šlo o nějakou hygienu a prvky tohoto charakteru, jako dezinfekce. Myslím, že to bylo provázané s tím, jak byla informovaná celá veřejnost – jak si správně umývat ruce, jak přistupovat k jistým prvkům obyčejného života. Myslím, že tohle bylo zavedeno i v České televizi. Ale nedokážu říct přesné datum, jestli ta reakce byla okamžitá v návaznosti na to, že to bylo v Itálii, nebo to bylo posléze, kdy se to začalo šířit v Česku. Ale první kroky byly preventivní. To bylo první setkání s tím virem v rámci práce.

Když přišly první případy nákazy, jak reagovala Vaše redakce?

Já to budu hodnotit v momentě, kdy se všechno zavřelo v rámci sportovních událostí. Kdy se stoplo vše, o čem se do té doby reportovalo, což byla hlavní náplň webu. Zaprvé byla změna v tom, že jsme se v té době dostali do fáze home office *(pozn.: dále HO)*, že se nechodilo do kanceláře. To byla zásadní změna oproti tomu, na co jsme byli zvyklí, protože do té doby fungovala webová redakce, která není nikterak velká – denně se vystřídalo v redakci pět lidí – a práce z kanceláře byla automatika. HO byl ve výjimečných případech nějakého nachlazení. Pro nás nastala naprostá změna, že jsme začali fungovat HO a teď si úplně nepamatuju, jak to bylo s možností chodit do televize, do budovy zpravodajství. Myslím, že v prvopočátcích, kdy epidemie začala v Česku, to nebylo doporučováno a že pokud to není nutné, ať tam nechodíme. Každopádně redakce přešla do HO režimu, snížil se počet směn na daný den, protože, jak jste sám naznačil, nebylo toho tolik, co dělat. Z reportování o sportu se to dostalo spíš do reportování o covidu ve sportu. Navíc ČT Sport jako kanál začal dělat náhradní program, kdy byly nějaké záznamy starých zápasů, mistrovství Evropy, světa, z devadesátek, osmdesátek. Faktem je, že jsme se snažili v rámci toho dělat rozhovory s osobnostmi nebo fotbalisty, kteří ten daný zápas tehdy zažili. Jistým způsobem, v některých dnech jsme se pokusili propojit záznam s aktuálním rozhovorem s účastníkem. Ale hlavní náplní bylo reálně psaní o tom, co se zavírá a jak se k tomu bude přistupovat. Takže to bylo poněkud stereotypní.

Jak probíhala denní komunikace v redakci s ohledem na zavedená opatření?

Buď prostřednictvím Messengeru nebo Whatsappu. Prostřednictvím komunikačních platforem. Tam jsme se přesunuli. Maximálně, když jsme potřebovali poradu, se to řešilo přes Zoom nebo další platformy, které tohle zprostředkovávají. To vlastně pokračuje v určité míře do teď, protože jsme nyní v režimu toho, že v rámci redakce si lidé uvědomili, že se dá i nadále fungovat distančně, a nijak to neomezuje chod nebo neovlivňuje kvalitu práce za předpokladu, že daný člověk má dostatečně kvalitní internet, notebook, který je schopný vykonávat prvky, které k práci webového redaktora patří.

Zmiňujete technické nastavení. Byl v tom problém?

Používáme určité programy na střih videí, které spočívají ve velice jednoduchém střihu. Nejsou to profi střihačské programy, kde pojíte zvuk, obraz a další efekty. Je to v podstatě sek sek spojení toho, co se vysílá v daný moment. Například střihnutí reportáže na web, střihnutí sestřihu na web. Jediný problém, který u některých přetrvává, je rychlost uploadu na server, kam se nahrávají soubory, které jsou následně využívány pro samotný web. To byla jediná prvotní komplikace. To, jak člověk zjišťoval, jak má rychlý internet. Vím, že někteří kolegové si kvůli tomu zvyšovali rychlost internetu, aby byl upload rychlejší. Ale to, že bychom měli fatální problém na startu s tím, že někdo něco neví nebo mu něco nefunguje, to ne. Pokud bych měl vypíchnout jednu věc, je to skutečně jen rychlost uploadu.

Museli se redaktoři učit novým dovednostem?

Tohle se asi týká televize. My děláme čistě web, naše práce je psát, upravovat články, stříhat videa, takže nás se to v tomhle stylu nedotklo. To by byla spíš otázka pro lidi, kteří dělají pro obraz. Věřím, že na to museli nějakým způsobem reagovat a věřím, že třeba místo reportéra, kameramana, zvukaře jezdil jen reportér a posunulo to návyk redaktorů jinam. Byli najednou soběstační a používali třeba jen dobrý telefon a natáčeli si některé reportáže. Ale to by byla otázka přímo na ně. Pro nás to v tomhle směru nezměnilo nic. Přesunem domů nedošlo k žádné změně v tom, že bychom najednou nebyli něčeho schopni. Když člověk chtěl jít na tiskovku nebo zápas, to v té době nebylo možné, ale to myslím protklo všechna média, ať už sport nebo zpravodajství, po celém světě. Pro nás se ale v tomhle směru nezměnilo nic.

V období zastavení takřka všech sportovních akcí v redakci Aktuálně.cz udělali online přenos z běloruské ligy. Jak probíhal u vás výběr témat?

Pamatuju si, že se dělal rozhovor právě s Marcelem Ličkou, který v té době trénoval Brest v Bělorusku v soutěži, která ještě jela. V Aktuálně asi jde o to, aby na to lidé klikali, aby udrželi pořád aktivní čtenářskou základnu. My jsme nedělali onliny z Běloruské ligy, to mi přišlo prostě absurdní. Ale jestli si dobře vzpomínám, možná jsme něco vydávali. Agenturní zpravodajství ČTK, ze kterého vycházíme, se tím směrem také zaměřilo. My jsme se spíš snažili dělat rozhovory, jako s Marcelem Ličkou o aktivní soutěži nebo s nějakými sportovci, jak vypadá jejich příprava v téhle oblasti nebo v téhle době. Ale opakuju, v té době se omezil počet směn, tudíž nebylo tolik prostoru, aby člověk dělal nějaký freestyle, že by se na den zavřel a měl svou pracovní náplň. Bylo to skutečně agenturní zpravodajství, střih, a když měl člověk nápad, tak nějaký rozhovor a podobně. Ale když jste uvedl ten příklad onlinu z Běloruské ligy, to ne. Přesně si nepamatuju, co v té době jelo, ale myslím, že to byly ty absurdní ligy. Spíš se člověk snažil hledat zajímavosti, třeba někde v zahraničních médiích, zajímavé příběhy a podobně. Aby web dostával přes den aspoň nějakým způsobem nový materiál, ač ve srovnání s dobou před covidem byl ten rozdíl výrazný.

Lišila se v té době čtenost? Jak jste pohlížel na roli sportu v té době?

Čtenost si upřímně nepamatuju, tehdy bych to asi dokázal říct. Asi určitě byla nižší v rámci toho, co zmiňujete, protože lidi zajímalo aktuální dění, zejména v první vlně, kdy byl každý extrémně vystrašený, protože nikdo nevěděl, jak to bude, co to bude, co dalšího to přinese. Druhá vlna byla v tomhle trochu jiná, i s ohledem na to, že sport začal fungovat taky, fungoval za zavřenými dveřmi. Agenturní zpravodajství, sportovní, už bylo víceméně totožné. S omezeními. Ale vnitřně… vnitřně spíš člověk cítil, že to bylo stereotypní a až bych řekl únavné, psát neustále negativní zprávy typu: To se ruší, to se zavírá, to nepůjde. V té době se hodně řešilo, jestli bude olympiáda, jestli se nepletu tak i mistrovství, co týden dva vyšla v tomhle směru nějaká nová zpráva a celý pracovní den, pokud člověk nedělal autorské věci, byl naplněn negativitou, takže spíš, než že bych si řekl, že se sport nehodí, mě to ubíjelo ve smyslu náplně nebo obsahu. Ale zároveň byly rozhovory a příběhy za mě způsobem, jak se odreagovat od zpravodajství, které dostával člověk na sportovních webech nebo zpravodajských webech, kolik nemocných, kolik úmrtí, co se bude měnit, a to byla obrovská koule, která se neustále negativně nabalovala.

Realita taková byla, a když si člověk právě pak člověk přečetl rozhovor se sportovcem XY o události XY, tak to mohlo být vnímáno jako určité uvolnění hlavy. Neříkal jsem si úplně, že by teď neměl člověk dělat sport, že to je zbytečné. Jak děláme podcasty, v té době jsme právě zvažovali, jak k tomu přistoupit. Vím, že jsme to nějakou dobu nedělali, ale pak jsme se do toho snažili dostat, třeba co sportovci v dané době mohou dělat, co ovlivní, hledal se nějaký příběh. Obecně, to nemusí být vázané jen na covid, tenhle druh mediálního obsahu, který člověk může konzumovat v negativní době, může být právě útěk od reality a aspoň trochu mentální hygieny pro danou chvíli.

Jak zrušení MS v hokeji, ME ve fotbale nebo Letní olympiády ovlivňilo fungování vaší redakce?

Pro nás, ve webové redakci, se nezměnilo nic. Tím, že byl pořád čas a nikdy se nestalo to, že by se ty velké události – fotbal a olympiáda – zrušily týden, čtrnáct dnů, tři týdny dopředu, se pro nás nic nezměnilo, protože jsme nemuseli nějakým způsobem najet na režim olympiády nebo mistrovství. Pro nás asi nic. Na tohle by vám odpověděli lidé jako pan ředitel Ponikelský a lidé z vyššího managementu. Možná k tomu bude vědět víc Jirka Kalemba, který pracuje s penězi, to asi může být zajímavé téma i z tohohle pohledu. Ale pro nás, jako pro redaktory a editory, k nějaké extrémní změně nedošlo. Maximálně v plánování osobní dovolené, osobních plánů, protože se velké akce přesunuly na jinou dobu. Jedině tohle. Řekl bych, že lidé, kteří dělají pro kanál a obraz, by řekli něco jiného, ale pro nás na webu to taková změna nebyla.

Probíhaly změny v personálním obsazení redakce?

Došlo k omezení počtu směn na daný den. Takže pro externisty to byl v tu dobu problém. Dostávali výrazně menší množství práce. Nás, internistů, je málo. Plus mínus čtyři, pět. Tudíž pro externisty to bylo ovlivnění, ale byly programy na náhrady od státu. Vím, že kolegové to řešili skrz tuhle oblast financí a nedostatku směn. Když se podívám na rozpis, vypadá to, že je to víceméně totožné, ale pamatuju si, že externisti si v tomhle dávali náhrady. Co bylo výrazné, sport byl víkendová záležitost, hlavní věci se dějí o víkendu. Víkendy tím pádem pracuje nejvíce lidí a externistů. A když se podívám do rozpisu, právě na víkendy v daném období března a května byli tři lidi místo pěti. Tam byly hlavní body, kde to bylo znát. Ale tuhle zátěž, o kolik se to snížilo, bude znát Jirka. Osobně jsem měl pocit, že nás v té době bylo mnohem méně.

Proměnil se každodenní chod redakce?

Vím, že minimálně na začátku jsme fungovali víceméně na HO, a bylo i doporučení, možná dokonce nařízení z televize, že mohl být v kanceláři jeden člověk, dva. Tohle nařízení bylo, a trvalo velice dlouho. Tím, jak jsme se naučili fungovat na dálku, bylo omezené MHD a mnoho dalších věcí, do kanceláří nikdo moc nejezdil. Já jsem teď skoro výjimkou, skoro nepracuju z domu, protože mě to nebaví a cítím se skoro demotivovaný, a mám to relativně blízko, tudíž jsem jeden z mála, kteří chodí do kanceláře pravidelně, zatímco zbytek pokračuje v tomhle. V té době to bylo tak, že tam byl jeden člověk, maximálně dva, když už se tam lidé potkali, zachovával se odstup. V rozpisech jsme měli každý svou značku, kdy půjde někdo do práce, aby nedocházelo k většímu množství lidí na jednom místě, tehdy to samozřejmě fungovalo i s testy. Do ČT se tehdy nedalo dostat buď bez testu, nebo očkování. Takže byla výrazná omezení, člověk musel mít neustále roušku nebo respirátor na ústech. A výrazná omezení byla i důvodem, proč si na to většina lidí odvykla. V tomhle režimu pokračujeme nadále. To, jak jsme měli dřív plnou kancelář, že jsme se tam potkali v pěti, se od doby covidu víceméně nestalo, maximálně jednou. Už od té doby podle mě nenastala jediná směna, kdy by byli všichni v kanceláři. Vždycky je někdo na home office, protože jim to tak vyhovuje. A jak říkám, práci to nikterak neovlivňuje.

Spoléháte na profesionalitu jednotlivců.

Přesně tak. Samozřejmě jsou prvky, které jsou lepší osobně, řekněme rychlost interakce a nějaká chemie. Ale přesně, jak zmiňujete. Je to o profesionalitě a zodpovědnosti každého jedince a to, myslím, patří k většině prací tohoto charakteru. Je to o zodpovědnosti člověka, a pokud by to nefungovalo, kooperace by byla nějakým způsobem ukončena. Ale nedostali jsme se do bodu, kdy by byl někdo, kdo to na vzdálenost přestal zvládat nebo že by byla jeho reakční rychlost výrazně nižší. Samozřejmě, během covidu byli i kolegové, kteří mají doma děti a museli řešit něco s rodinou, a na základě toho člověk pracoval na pár chvil i za kolegu. Ale to mi přijde naprosto pochopitelné, ale že by někdy nastal výrazný problém, to určitě ne.

Například Daniel Stach začal z vědy dělat zpravodajství. Zaváděli jste něco podobného? Překlápěl se obsah z webu do televize, případně naopak?

Pro web my využíváme i obsah, který tvoří televize, to jsou nějaké reportáže nebo rozhovory, které se následně přepíší do rozhovoru nebo se z nich udělá článek a využije se materiálu, který tvoří kanál. Ale opačným způsobem ne, oni nevyužívají nás. Tahle provázanost fungovala ale už dříve, bez závislosti na covidu. Ten nastavený směr byl, je a bude. Možná někdo z naší redakce v té době vypomáhal ne na kanále, ale na webu ČT24, ale to byla spíše otázka na externisty, neměli tolik směn, dvacetčtyřka někoho potřebovala, tak se to řešilo tím, že někteří kluci začali spolupracovat i s tou. Ale jak moc a jak často, to už bych si vymýšlel, to upřímně nevím. Ale určitě to nebyl nějaký befel, spíš to byla nabídka, která byla lákavá. V té době nebylo tolik práce a najednou se objevil zdroj financí nebo to, jak by si člověk pracovní čas naplnil. Když jste ale nastínil případ Dana Stacha, to se u nás nestalo. Jak nejsme televizní, ale weboví, alternativa pro nás v rámci domu je skutečně dvacetčtyřka a tam ke kooperaci docházelo, a k ní docházelo dlouhodobě. Když jsem začínal na ČT, dělal jsem občas noční, když jsem byl ještě externista. Nevím, jestli je pořád mají, nebo ne, ale tehdy existovaly noční, což jsme vyplňovali občas my ze sportu. Měli jsme nabídku a člověk potřeboval nebo chtěl peníze. Takže kooperace probíhala dřív a asi bude zase, když bude potřeba personálně někoho doplnit. Jde o události jako volby nebo když je někdo nemocný. Když měl někdo covid, taky se to doplňovalo na dvacetčtyřce. Ale jsou to spíš nárazové věci, než kdyby bylo něco každý týden, každý měsíc.

Promítl se obsah, který jste tvořili v době covidu, do současné podoby webu?

Řekl bych, že se to vrátilo zpátky. To záleží. Myslím, že to byl vliv covidu a vrátilo se to do standardu, který byl před covidem. Hlavní náplň je tudíž pokrýt sportovní zpravodajství, které je vázané na sportovní události, které teď probíhají. Příběhy byly psané i předtím, během covidu na ně byl větší čas a prostor. Na agenturní činnost stačil jeden člověk, střihu taky tehdy nebylo mnoho, každodenní rutina řekněme trochu odpadla, byl větší prostor na tohle. Ale vrátili jsme se k tomu, co bylo, něco vychází jako témata dané doby, rozhovory, a je na nás, s čím přijdeme. Úplně bych neřekl, že jsme si ponechali nějaký zvyk, když odečtu odkud se pracuje a způsob komunikace, že se může dělat na HO a komunikuje se přes Whatsapp a Messenger. To je hlavní dědictví covidu, co se týče redaktorské činnosti.

Když jste se ptal na vnímání sportu v dané době, věřím, že spousta lidí by řekla, že sport v té době vůbec neměl místo. Někteří extrémisté by vám řekli, že se vůbec nemělo psát

něco týkající se sportu. Ale to je asi o úhlu pohledu a přesvědčení každého. Vidíme to v současné společnosti, jak radikální a extrémní názorové rozdíly na některá témata jsou a ke shodě nikdy nedojde. Obecně bych řekl, že to bylo vnímáno v klidu.

Příloha č. VIII. Rozhovor s Adamem Lackem

Reagovali jste jako redakce nějakými preventivními opatřeními ještě předtím, než se covid u nás rozšířil?

Reagovali jako čistě interně v redakci? No, předtím asi úplně ne. Vybavuju si pátek 13. března, jel jsem do práce na odpolední službu, kterou máme od čtyř hodin do jedenácti, do půlnoci. Přesně si vybavuju den, že jsem si doma zabalil víc věcí, napsal jsem mámě, že se balím a jedu na delší dobu domů. A ono to tak taky bylo. Nějak druhý den, tuším v sobotu, se všechno zavřelo. Tak jsem zůstal asi dva měsíce doma. Ale že bychom to řešili už předtím, to si nějak nevybavuju. První pozitivní případ byl tuším 1. března. Ten pátek 13. se udělaly uzávěry, vláda řekla, že budeme doma. To znamená, že od soboty jsme najeli na home office.

Do té doby jste se pravidelně scházeli?

Do té doby, jestli si to dobře pamatuju, jsme normálně pracovali.

Můžete popsat, jak u vás probíhal normální pracovní režim?

Jestli myslíte čistě na webu, nás je deset nebo dvanáct. Každý den má jeden člověk od 6:30, ten je doma, má home office, což se zavedlo až covidem. Ještě před covidem se normálně chodilo do práce, i na 6:30. Po covidu už zůstalo, že tenhle první člověk je doma. Dejme tomu dva, tři nebo čtyři lidé – podle toho, jak to vyjde, jaký je den – mají od devíti do čtyř nebo půl páté, záleží na tom, jak se to předá u odpolední služby, která právě nastupuje ve čtyři. Tam jsou dva lidé, když je volnější den. Někdy tři. Včera hrála Plzeň nebo zítra bude hrát Slavie, to jsou i čtyři lidé, aby to bylo posílené, protože práce je víc. Ti mají od čtyř, já říkám vždycky do konce, protože někdy skončíte v jedenáct, protože už se nic neděje, ale když hraje Plzeň v devět, končíte v jednu, pokud to jde dobře. Čekáte na to, kdy můžete skončit.

Jak za normálních okolností probíhá komunikace v redakci? Například porady.

My weboví editoři mezi sebou žádné porady nemáme. Všechno, co je potřeba, si řekneme. Porady jsou samozřejmě celoredakční. Každý den je v deset hodin porada. Od nás z webu

tam chodí jenom jeden člověk. Většinou z každého oddělení – hokejové, fotbalové, ostatní sporty, videooddělení, web, nově máme od léta oddělení na sociální sítě – jeden člověk. Pak tam jsou lidé z vedení sportu, šéfredaktor a nějací zástupci, těch je asi pět. Nemusí tam být všichni. Každý den tam jsou třeba dva. Takže porady o takových deseti lidech, kde se řeší celý den – co se bude nebo nebude dělat, kdo to bude dělat a jak se to bude dělat. Všechno se takhle vyřeší. V pátek se řeší celý víkend, protože o víkendu nejsou porady – v sobotu je online porada. Každý den ve tři je porada, kde už není tolik lidí, je tam člověk, který je supervizor dne, tzn. skládá noviny, dělá titulní stranu a má na starost hlavně noviny. Jsou tam novinoví editoři, od nás je tam jeden člověk, aby se vědělo, co dělá web. Tam už se spíš řeknou nějaké věci v rychlosti, třeba, že bude něco jinak. To je vlastně všechno.

Jakým způsobem se změnila forma komunikace mezi členy redakce?

Těžko říct, jestli se změnila. Když jsme byli v redakci, nebo když jsme v redakcích zase teď, komunikace probíhá tak, že když člověk v redakci je, přijde s tím, ať se domluvíme na něčem, co kde chce on dělat a jak to udělat. Nebo se přijdu zeptat já jeho, jestli neuděláme titulek takhle, nedáme tam tohle a podobně. Když tam člověk je, dohodneme se prostě takhle. Když tam není, záleží na tom, kdo to je. Protože někomu jsem zvyklý napsat na Messenger, někomu rovnou zavolám, někomu odepíšu jenom na e-mail, protože vím, že mi na Facebooku neodpoví, takže to je rozdílné. No a když jsme byli všichni doma, tak jsme taky komunikovali takhle. Neřekli jsme si to v redakci, ale komunikovali jsme to telefonech. A my komunikujeme hodně přes Skype, v celém baráku, i když komunikujeme s Bleskem, máme různé skupiny na Skypu.

Byl jste nastalou situací donucen se učit dovednostem, které byste se jinak učit nemusel? Například točit nebo stříhat.

Chápu, ale řekl bych, že ne. Pořád jsme dělali to samé, akorát jsme byli všichni doma. Že bych dělal něco jinak, to si nemyslím. To vůbec.

Jak jste na rušení většiny sportovních událostí jako redakce reagovali?

Všechno se zrušilo a nic se nedělo dva, tři měsíce. Byl to pro nás určitě průšvih. Když se nic neděje v odvětví, ve kterém děláte… Byl to průšvih, ale museli jsme reagovat. Musely se vymýšlet různé věci, které se budou dělat, abychom to udrželi aspoň v nějakém chodu. Co si vybavuju, například v hokeji se vymyslel seriál, jmenoval se Sestava snů. Nebylo to každý den, ale dva tři týmy do týdne. Vymyslelo se téma a udělala se historická sestava snů. Dělaly se takovéhle věci. Nebo nově nějaké kvízy, aby to zaplnilo i noviny, co si pamatuju. Tam byla jedna stránka velký kvíz. Tahaly se různé historické příběhy, nějaké zajímavé. Vybavuju si článek, který jsme vydali, o běžkyni z nějakého osmdesátého roku, která podváděla na Bostonském maratonu. Jeden článek udělal šílená čísla. Byl to snad nejčtenější článek během začátečních měsíců covidu. To bych já v životě neřekl. Nějakým způsobem se to chytlo i na sítích, a jelo to. Museli jsme v podstatě experimentovat.

Byl to pro Vás nebo kolegy problém?

Nevím, jestli dokážu říct, jestli to byl problém. Pro mě to zase takový problém nebyl. Když jsem na webu, jsem zvyklý psát většinou nějaký příběh. Je pravda, že většinou je to z aktuálních věcí. Třeba dneska jsem psal článek z NHL o Laukovi, že dal první gól. Museli jsme si hledat věci zajímavé spíš historicky, aktuálního jste dělat nic nemohl. Většinou jste si našel nějakou věc, co vás zajímá a bere, takže vás bude bavit. Ale že by to byl problém? Já za sebe bych neřekl, že to byl problém.

Výzva, ne problém?

Ano, to je správné pojmenování.

Oslovovali vás sami sportovci nebo týmy jako takové? Byli vstřícnější, protože například chtěli být vidět a slyšet?

To je spíš otázka na kluky, kteří to dělají víc než já. Já jsem samozřejmě taky v nějakém kontaktu s lidmi z klubů a podobně, ale co si vybavuju, po mně nikdo nic nežádal, jako ať napíšu článek nebo že mi nabízejí někoho na rozhovor. Dělal jsem nějaké věci přes covid, ale nálada klubů byla myslím podobná.

Máte v redakci hlavně editorskou roli?

Ano.

Takže se k redaktorské činnosti dostáváte spíše sporadicky?

Moje hlavní náplň je editorská. Redaktorskou, novinářskou (činnost) dělám taky, ale méně. Dělám hokej v Mladé Boleslavi, to mám na starost. Takže na většině domácích zápasů jsem a dělám z toho reportáže. Když máme ráno služby, každý člověk, když má čas a je co napsat, napíše třeba jeden text. Většinou to děláme my na webu z nějakých zahraničních, hokeje z NHL a fotbaly z Ligy mistrů. V pondělí se dělají články o tom, co se stalo o víkendu v ligách v Evropě, protože na to nemají tolik prostoru autoři, kteří jsou v novinách a dělají hlavně českou scénu. Taky se k tomu samozřejmě občas dostanou, ale tohle děláme spíš my.

Dotkl se vás covid po ekonomické stránce? Snižovaly se mzdy nebo stavy?

Když vezmu mzdy, tak vůbec. Když vezmu lidi, teď si úplně nevybavuju, jestli se škrtalo. Ono se škrtá nějak postupně. Nechci lhát, jestli se to během covidu nějak škrtalo. Úplně si to nepamatuju. Vím, že jsme si museli vybírat dovolenou. V dubnu nám bylo řečeno, abychom si do konce června vybrali deset dnů dovolené. Všichni byli doma, nikam se nemohlo, tak si nikdo asi dovolenou vybírat nechtěl. Byli jsme k tomu přinucení.

Jak jste reagovali na zrušení největších sportovních akcí, které měly být v létě? Byla to pro vás v redakci komplikace v plánování?

Prostě se na to muselo zareagovat, a zareagovalo se tak, že se nikam nejelo nebo se o tom nepsalo. Nebo se psalo o tom, že to nebude. Co se s tím dá jiného dělat? Nevím, jestli byly dohodnuté letenky nebo ubytování pro redaktory, kteří měli letět do Tokia nebo na Euro, to jde úplně mimo mě. Takže nevím, jak se to řešilo.

Vnímali jste v té době v redakci sportovní tématiku jako postavenou na druhou kolej?

Museli jsme se prostě přizpůsobit situaci, takže jsme se přizpůsobili, jak nejlépe jsme v tu chvíli uměli. Samozřejmě čísla čtenosti šla rapidně dolů, protože tuším, že i prodeje novin hrozně poklesly. Protože proč by si měl člověk kupovat sport, když tam nic není? Nechci říkat nic, to zní blbě, ale není tam nic aktuálního. Tohle všechno pokleslo, a museli jsme to nějak držet. Kdybychom to nedrželi, už bychom ani nemuseli být, nebo nemuseli být na takové úrovni, na které jsme byli.

Proměnil se covidovou dobou obsah, který chcete publikovat?

Úplně si nemyslím, že by se to covidem měnilo. Když se soutěže pak rozjely, zase to najelo tam, kde to bylo. Samozřejmě, najednou jste viděli, že se během covidu příběhy chytly. To bylo dobré, ale na druhou stranu, když se teď hraje, jako autor nemáte na historické příběhy tolik času a prostoru, abyste to dělal často. Samozřejmě se někdy k něčemu dostanete. Ale pamatuju si, že jak se některé tyhle věci během covidu chytly, pak byl důraz na nějaké příběhové články z historie. Ale tyhle věci se mění v podstatě pořád, postupem času. Tenhle rok přišlo doporučení psát víc článků tímhle stylem a směrem. Podle mě to ale najelo na tu stejnou vlnu, na které to bylo předtím, nemyslím, že se to nějak měnilo. Určitě ne rapidně, maximálně lehce.

Proniká obsah, který tvoříte, mám na mysli třeba videa, postupně do sociálních sítí?

Každopádně. Teď je to prostě celé o videu. To asi nebylo kvůli covidu, je to spíš dobou, která si ta videa žádá. Ještě ta krátká, že to je rychle zhlédnuto. Je to spíš dobou. Jak jsem říkal, musíme reagovat, přizpůsobit se a dělat to víc.

Vnímáte tlak specifik přispívání na sociální sítě? Třeba že se musíte vejít do určitých znaků, nebo že editujete více videoobsah?

Čistě já to nevnímám. Moje práce je pořád v podstatě stejná. Taky se trochu mění, přibývají nám různé věci, řekl bych, že je to pořád těžší a těžší i pro mě. Nových věcí, které se k tomu nabalují, je víc a víc. Takže v tomhle je to o něco těžší. Ale už jsem tam několik let a mám to – nechci machrovat – pod palcem, zvládám to v klidu, protože vím, co dělat. I nové věci se naučím a pak už je aplikuju taky. Ale čistě pro mě se moc věcí nezměnilo. Videoobsah v redakci jde nějak mimo mě – občas se objevím ve videu, ale ta

videa stříhají lidé, kteří jsou na to určeni. A na sociální sítě máme dva lidi, ti dělají různé grafiky, jdou do příběhů. Teď byli autoři dělat rozhovor, tak jim pošlu třeba video navíc, že s tím člověkem udělám kvíz: Ronaldo nebo Messi? Tyhle věci. Ale to jde taky mimo mě, na to jsou ti dva lidé. My na webu poutáme články na sítě, což jsme ale dělali od té doby, co tam jsem. V podstatě pořád stejně.

Máte navíc člověka, který stříhá a lidi, kteří se starají o sociální sítě?

Ano. Na video jich je tedy víc než jeden. Jsou tam tuším tři videoredaktoři nebo reportéři, kameramani a střihači dělají většinou obojí zároveň, že to natočí a sestříhají. Těch je tam třeba pět, někteří tam jsou i externě.

Jak se změnilo vyhledávání témat během covidu? Kontaktovali jste například sportovce přímo díky úzkým vazbám?

Úplně si nemyslím. To se nedá říct, že to je covidem. Když máte nějaký klub a chcete dělat rozhovor s hráčem z klubu, v podstatě vždycky musíte tiskového mluvčího kontaktovat, protože ten klub o tom potřebuje vědět. I když to může být hráč, se kterým máte dobrý vztah nebo se znáte navzájem, a ani tomu hráči by nedělal problém rozhovor udělat hned po telefonu, někde se sejít. Ale kluby o tom musí vědět. To znamená, že musíte kontaktovat tiskového mluvčího, můžete se s tím tiskovým mluvčím samozřejmě taky dobře znát, tak mu napíšete, že jste se domluvil s tímhle a s tímhle, že se znáte a budete mu dneska volat. A tiskový mluvčí napíše, že jo, v pohodě. Pak zase tiskového mluvčího neznáte, takže mu napíšete nějak normálně: Bylo by možné udělat rozhovor s tímhle člověkem? Nám se s ním dobře telefonuje, kontakt na něj mám, mohl bych mu dneska zavolat? Ale vždycky to musí jít přes tiskového mluvčího. Když jsou individuální sportovci, většinou mají taky nějaké manažery, kteří se o tyhle věci starají. Pokud to není sportovec menšího významu.

Okrajového sportu nebo podobně.

Někdo někoho takového nemá, takže tam samozřejmě musíte kontaktovat přímo jeho. Ale řekl bych, že to se taky nezměnilo.

Většina redakcí má fotbal, hokej a všechno ostatní. Vnímáte, že v covidu dostaly prostor menší sporty?

Ještě bych řekl, že my jsme fotbal, hokej a MMA. MMA u nás jede hrozně moc. Když jen trochu odbočím, teď z toho víkendu, jak bylo Clash of the Stars… Je to bizár. Ale u nás to byl absolutně nejčtenější článek celého víkendu, který v podstatě na čísla zachránil víkend. Hrozně se to četlo. To jsem odbočil, takže u nás – fotbal, hokej, MMA. Pak ještě možná trochu tenis a pak všechno ostatní, biatlon, když se jede. A ještě Ledecká. Ale menší sporty jsou problém. To se prostě nečte. Jestli si pamatuju dobře, nečetlo se to před covidem a nečte se to po covidu. Takové normální věci, jako rozhovor s veslařem. Už dopředu víte, že se to číst nebude, pokud tam není nějaký konflikt, problém nebo někoho neosočí. To se pak samozřejmě čte, protože lidi zajímá, co se stalo nebo podobně. Ale když je to nějaký normální rozhovor nebo článek o akci, závodu… To je odsouzené k záhubě. My se tomu snažíme dát nějaký prostor, i když na čtenosti vidíme, že by to na té pozici už nemělo být. Že by to mělo jít někam níž. I tak se to tam snažíme dát na chvíli, aby to ten prostor dostalo. To je asi všechno.

Je to nezájmem diváka, nebo třeba formátem?

U nás to mají i lidé na tyhle menší sporty zmáklé. Máme člověka, já ho nazývám šílencem. Je to Martin Hašek, který má snad sto sportů – i když dobře, trošku nadsazuju. Ale spoustu sportů, a o všem je schopný… nevím, jestli to ví, nebo si to v tu chvíli dohledá, ale když si to pak přečtete, máte pocit, že on o tom ví všechno. Takže myslím, že v tomhle určitě ne. Myslím, že ty sporty lidi za a) neberou, prostě je nezajímají, proč by si o tom měli číst? Za b) ani nejsou zvyklí to hledat u nás. To je další problém, což my musíme co nejvíc držet, aby lidé viděli, že ty články tam máme. O nějakých vodních sportech. Cyklistiku máme docela dobře zmáklou. Lidé musí vědět, že to u nás najdou, my to musíme držet, o což se snažíme. Někdy to jde těžce. Lidé, kteří kanoistiku nebo veslování opravdu žerou, což je méně lidí, jsou zvyklí chodit na stránky přímo nějakých veslařských svazů. Nevím, jestli je u nás nějaká stránka o veslování, ale jsou zvyklí chodit jinam. Spíš si myslím, že tu masu lidí to nebere, takže nemají důvod si to rozkliknout nebo přečíst.

Jakmile soutěže běží, píše se o tom, co je aktuální. Navíc MMA je čím dál tím víc populární…

Samozřejmě my to máme taky dobře zmáklé, to MMA. Máme tam člověka, my říkáme, že dělá Vémolovi manažera a takové věci. Což tak úplně není, ale zná se s ním až moc dobře. Zná se i s těmi dalšími, právě s Procházkou. Má to pod palcem. Takže jsme na tom docela dobře před konkurencí, asi až moc dobře. A lidé už taky vědí, že to u nás najdou, jak jsem říkal předtím.

Jaká je současná situace, co se týče komunikace v redakci?

V podstatě to zůstalo. Zase se to vrátilo do toho, jak to bylo, třeba jen časy porad se posunuly o hodinu. My jsme v redakci spíš teď najeli od 1. 7. na trochu nový režim celkově. Ví se, že noviny už za pár let nebudou a že to ustupuje pořád níž a níž a výš už to nepůjde. To ví každý. Kdo si teď kupuje noviny? Většinou jsou to jenom starší lidé. Mladý člověk si noviny nekoupí. Jsou samozřejmě nějaké výjimky, ale nekoupí. Důraz na web už byl velký, ale teď už je úplně velký.

Co to znamená?

Hlavní priorita je web. Tak nějak to zůstalo, třeba se zmenšily stránky, což je třeba výrobně, do toho nechci kecat, protože o tom tolik nevím. Ale je to asi levnější, když se tisknou menší noviny. I finančně to takhle je lepší. Vycházel nedělní sport, ten skončil 1. 7. Nevím, kolik let vycházel. Patnáct nebo dvacet. Teď je důraz na web, na sítě a tyhle věci. Tištěná verze bude ještě pár let vycházet. Čistě můj odhad je, že Sport jako noviny za pět let nebudou. Ale může to být za deset, nevím. Řekl bych ale, že to půjde rychle. Tím nechci říct, že Sport je špatný, ale je to dobou a noviny budou končit postupně všechny.

Den stará informace je stará informace…

To je další věc. V téhle době je už padesátiletý člověk zvyklý si informace najít na internetu, ne v novinách. A jak budou lidé stárnout a stárnout… Pak jsou situace, že šedesátiletého, který je zvyklý na noviny, děti naučí na internetu taky pracovat. Takže to vymírá.

Takže noviny jsou dotované onlinem.

To je pravda. Zase do toho nechci zabíhat, protože o tom taky vím v podstatě kulový, ale taky na tom něco bude. Že se to v podstatě doplácí. Ale nevím, ta inzerce tam asi taky dělá dost.

Dokázal byste říct, co Vám jako jednotlivci i celé redakci profesně covid přinesl, nebo v čem se Vaše práce změnila?

Změnil určitě komunikaci, v tomhle ohledu se to určitě změnilo. Všichni jsme byli doma, museli jsme se naučit pracovat s tím, že si to neřekneme s člověkem vedle, ale že si s ním musíme napsat nebo zavolat. Tohle bych řekl, že byla určitě změna. My jsme se ale přizpůsobili docela v pohodě, protože naše práce se dá dělat z domova úplně v klidu. Je to samozřejmě možná trochu obtížnější a složitější v tom, že když jste v redakci, vždycky si to s někým řeknete a nemusíte to psát. To je jeden bod.

Říkal jste, že se hodně věcí vrátilo zpátky…

Za mě covid není od letošního jara. V práci jsme najeli zpátky do redakcí. Teď už přesně nevím, ale v létě jsme byli podle mě zpátky. Ne všichni. Vím, že pak ze čtyř lidí, kteří měli ranní, byl v redakci jeden, a zbytek byl pořád doma. Teď už si to nějak přesně nepamatuju.

Teď myslíte rok 2020?

Ano. Pro nás se pak změnilo, že se zavedl home office pro toho člověka, který chodil na 6:30. Což je dobré, protože nemusíte vstávat v pět. Můžete vstát v 6:25.

A můžete pracovat v posteli.

Přesně tak. Tuhle službu jsem měl zrovna dneska. To je fajn, protože si můžete trochu odpočinout. Takhle – pořád pracujete, ale jste doma. Nemusíte být pořád v práci. U nás

se to střídá, že to v týdnu jednou vyjde zhruba na každého. Různě se točíme. Není to tak, že se střídají dva lidé.

Začalo se s covidem více spoléhat na individuální profesionalitu lidí?

S tím bych přesně souhlasil. U nás, jak říkate, je to silné, protože lidé se na to nevyto, ale dělají. Všichni museli. Samozřejmě je pak někdo, kdo je takový: „Já jsem doma, mně se nic nechce…“ Někdo to tak třeba měl, že třeba dělal méně. Ale nemyslím, že by se to potom sypalo. Jak jste říkal, to přesně sedělo na nás. Profesionalita tam byla a jelo se dál.

Lidem to nebylo jedno.

Někomu možná trochu jo. Většině ale ne. Pro nás na webu bylo i méně práce, logicky. Nebyly aktuální věci, bylo to pro nás jednodušší, protože toho nebylo tolik. My jsme byli v podstatě rádi, že můžeme něco dělat.

Sice desetidenní dovolená, ale bez propouštění.

Všichni jsme byli rádi, že to tak dopadlo. Měl jsem informace, že na iDnesu jim dali na pár měsíců půlku výplaty, myslím, že to je docela radikální. Ale u nás nic. Vůbec nic. Nevím, jestli se neškrtali lidi, protože u nás se to škrtá postupně celou dobu. Najednou zjistíte, že před třemi lety na webu bylo o dva lidi víc, a ani nevíme, jak se to stalo.

A obsahu pořád stejně…

No, jak jsem říkal, je to pořád těžší a těžší, pořád přibývají nové záležitosti.

Nesmíte zůstat stát na místě.

Ano. U nás je teď na to velký apel, abychom šli s dobou. Abychom někde nezůstali stát. Myslím, že se nám to i daří. Nejde ze dne na den změnit úplně všechno, ale postupně se snažíme to měnit, upgradovat, přidávat různé věci. Myslím, že se to daří.

Příloha č. IX. Rozhovor s Ondřejem Kuchařem

Jak se v redakci odehrál přechod z předcovidového na covidový systém, případně jaké preventivní rutiny jste si ještě před rozšířením v ČR zavedli?

Úplně přesně si nepamatuju, jak byla časová posloupnost událostí. Jestli se to nejdřív rozjelo v Česku, nebo se už reagovalo u nás. Pamatuju si příchod, když to začalo v Itálii. Vím, že v té době hrálo Znojmo ještě mezinárodní soutěž EBEL, primárně Rakouskou, a bylo tam i Italské Bolzano. Oni tam hráli, a přivezli si sami i nějaký covid. A tam už to bylo hodně rozjeté. A v té době jsem dělal rozhovor s někým ze Znojma o tom, jak to tam bylo, jak to probíhalo, jestli tam byla nějaká opatření. Já myslím, že to bylo v době, kdy se to začalo rozjíždět v Česku – nebyla to nějaká velká prevence s obrovským předstihem – a přešlo se nejdřív na částečný home office. Do redakce chodili jen ti, kdo tam museli být. Pak se dost rychle přešlo na úplný home office, nařízený. Do redakce fakt nikdo nemohl, vůbec nikdo. Měli to těžké. Editoři, grafici – to jsou primárně lidé, kteří spolu potřebují nutně řešit věci osobně, fyzicky. Že si spolu sednou nad vyčištěnou A3 novinového papíru, a řeší spolu detaily. Ti museli přejít kompletně na komunikaci na dálku. To bylo komplikované. Ale co bych zmínil je, že mám pocit, že nám to dost otevřelo oči v tom, že se zjistilo, že nemusíme v té redakci nutně fyzicky být. Ani dřív to tak nebylo. Nemáme v práci píchačky, že bychom tam museli sedět od osmi do čtyř. Na to se tam nikdy moc nehrálo, ale teď je to ještě víc. Když si uděláte svou práci, je všem jedno, kde jste. Můžete být doma. Já mám třeba od té doby režim nastavený většinou tak, že jsem zhruba dva dny v týdnu doma a tři dny chodím do redakce. V tom se to změnilo. V té době covidu jsme začali mít porady online, přes Meet. Do té doby to neexistovalo. Buď jste byl fyzicky v redakci, tím pádem na poradě, a když jste tam nebyl, tak jste nebyl na poradě. V tom jedeme pořád, do teď, že se můžete připojit buď online, nebo na poradě být fyzicky. Nevím, jestli chci řešit i osobní život. Mě to strašně dostávalo, obecně nemám rád práci z domu. Jsem rád, když mám oddělený soukromý a pracovní život. Z domu pracuju, jenom když má manželka dovolenou nebo má taky home office a mám volnější den, takže vím, že ráno vstanu, udělám práci brzy a pak spolu i během dne můžeme něco podniknout. Ale jinak jsem byl vždycky rád spíš v práci. Člověk tam přijde, má tam kolegy… Je to takové, jak si člověk představuje. Přijdete, jste tam v tom hokejovém oddělení, kde pracuju, a bavíte se o hokeji, řešíte sport, kouknete na sestřihy

z NHL a plánujete, co budete dělat. Zajdete na oběd. Je to fajn rutina. Ale covid toho změnil strašně moc. Ještě když já dělám jen hokej. Nejdřív se zastavily hokeje, pak se hrálo, ale bez lidí, což dost změnilo i vnímání samotného sportu. Do té doby jsme to nikdo nepoznali, uvědomili jsme si, jak to bez lidí stojí za prd, že tomu strašně moc chybí. Atmosféra vůbec není taková. Na druhou stranu si víc všímáte hokeje jako takového. Často vás to v atmosféře strhne samotného jako novináře a nesoustředíte se na herní detaily. Tam nebylo co jiného sledovat, takže se dalo dost hezky všímat úplných drobností ve hře. Nevím, jestli úplně neodbíháme?

Právě naopak, pokračujte prosím…

Tam se to změnilo hodně. Nemohli jsme vlastně ani fyzicky mluvit s hráči, a situace byly dost bizarní.. Mám primárně na starosti hokejovou Spartu v Praze, byl jsem v O2 aréně na zápase, seděl jsem v tiskovém středisku, které je v O2 asi dvacet metrů chůze od šaten, od mix zóny, kde se dělají rozhovory. A v té mix zóně u notebooku jsem mluvil s hráčem, kterého jsem v dálce slyšel, že mi odpovídá, ale mluvil jsem s ním přes notebook přes nějaký Zoom nebo další programy, a on měl na hlavě sluchátka, měli jsme zapnutou kameru, a takhle jsme v té době dělali rozhovory. Bylo to trochu na hlavu, ale jinak to nešlo.

Jak to v té době bylo s testy? Museli jste mít negativní test na covid?

To jsme museli, ano. Pamatuju si, že jednu dobu se nemohlo po desáté vycházet z domu na ulici. To jsme si v práci vyřizovali, abychom vůbec mohli, že to potřebujeme k výkonu povolání, nějaký speciální papír. Aby nás pak policie nezastavila na ulici, co tam děláme. Pořád jsme jezdili na extraligové zápasy do Varů, Litvínova, do Plzně, a to se člověk často vrací o půlnoci. To bylo příjemné, že byly docela prázdné cesty. Že se ta cesta domů úplně netáhla. Ale mám pocit, že covid dost urychlil přechod do digitální formy všeho. Jak jsem říkal, porady… dřív jsme měli všechno na nějaké vnitřní síti, všechny plány novin, kontakty, složky se statistikami, a pokud jste to chtěl mít z domu, musel jste se přihlásit na VPN na vzdálený přístup, pak se dostat do vnitřní sítě, bylo to takové komplikované. Covid všechno urychlil, že všechno u nás přešlo na Google, všechno máme na sdíleném disku a je to přístupné odkudkoliv z čehokoliv, z mobilu. To dříve nebylo. Ve finále nevím, jestli bych řekl, že to pomohlo. Samozřejmě negativní stránka převažuje, ale do jisté míry to hodně věcí urychlilo.

Zefektivnilo to nějaké praktiky, které jste do té doby měli?

To rozhodně. Opravdu myslím, že i časová zátěž je teď i díky tomu snesitelnější. Hodně věcí jde řešit na dálku, nemusíte tam být fyzicky, je to pro nás zevnitř uživatelsky příjemnější.

Jak jste v té době vnímal sportovní témata? Byl sport „na ústupu“?

Takhle jsem to nebral, že by to bylo na ústupu. Naopak jsem to bral tak, že když tam lidé nejsou, o to důležitější je to mé zpravodajství. Ne každý zápasy sledoval online v televizi nebo na streamu. Ale jistě, bylo to, jak říkáte. Určitá doba, kdy čtenost sportu klesla rapidně. Myslím, že u nás to šlo o 40 % dolů. Všechny zajímal jenom covid. Už ani nás to nebavilo, to psát. Pamatuju si porady, kdy se mnoho týdnů řešil jen covid. Ať to byla nějaká opatření, nemoci, nakažení, jak tráví sportovci karantény a tak dále. To bylo dost ubíjející. Byla určitá doba, že ani my novináři jsme nemohli na zápasy, to byla hrůza, proto tu práci nedělám, abych seděl doma na zadku, koukal na televizi a mluvil s lidmi přes telefon, dělám to, protože chci být v terénu a potkávat se se zajímavými lidmi a mluvit z očí do očí. Vlastně nevím, jak moc to změnilo. Já jsem nad tím v té době tak nepřemýšlel, že by ta práce přestala dávat smysl. Jasně, říkal jsem si, že jsou důležitější věci na řešení než osmadvacáté kolo extraligy, Sparta – Karlovy Vary. Ale zároveň jsem si nepřipouštěl to, že bych si říkal, že jsem zbytečný. Pořád to lidi zajímalo a nějaký ohlas to mělo. Kdybych viděl, že to opravdu nikoho nezajímá a že je jedno, jestli tam jsem nebo, tak bych to bral trochu jinak.

Pracoval jste v té době na něčem jiném než na hokeji?

Ne.

Pořád jste se držel hokeje?

Ano. Za posledních šest let jsem napsal asi dva články o něčem jiném. Tam se to akorát trochu prolínalo s těmi opatřeními. Mnoho textů se v té době prolínalo napříč sporty. Když se řešily vládní opatření a podobně, měli jsme hodně společných textů, jak fotbal, tak hokej. U nás jsou vlastně tři oddělení – fotbalové, hokejové a pak zbytek na ostatní sporty. Tam se to dost prolínalo, protože opatření byly podobné na halové sporty a občas se to potkávalo i s fotbalem. Což jsem nechápal vůbec, že zakazovali fotbal, který byl venku, a taky lidé nemohli ani v minimálním počtu docela dlouho. V té hale je to přece

trochu jiné. To bylo jediné, kde to trochu odbočilo, ale fakt jsem se držel pořád toho hokeje.

Když se nic nekonalo, kde jste hledal témata? Zaměřil jste se případně na něco jiného?

Ano, trochu ano. Protože ubylo aktuálních věcí, takže se u nás vlastně přešlo trochu na běžný prázdninový režim. Dělaly se více rozhovory, protože na ně byl prostor. Když máte hromadu aktualit, pořád se hraje extraliga, pořád nějaká NHL, pak reprezentační turnaje a další věci, tak na takové větší povídavé články, texty a rozhovory není úplně tolik prostoru. Takže se na to přešlo. A přesně jak říkáte, byly to jak rozhovory, tak pohledy do minulosti, výročí. Máme jednoho kolegu, který je spíš na to. Já jak jsem mladý, nechci dělat machra, který dělá, že to zažil a že tomu rozumí. Nevím, jak se hrál hokej v 80. letech, že byla konkurence NHL, že byla další soutěž. O tom psal nedávno kolega, tak si to pamatuju. Ale ano, v tom se struktura článků trochu změnila. Ale upřímně to byla trochu z nouze ctnost. Zkrátka nebylo o čem jiném psát, a něco jsme dělat museli. Tak jsme vymýšleli různé cesty.

Změnilo se personální obsazení redakce? Ať už mluvíme o interním týmu, či externistech.

Myslím, že ne. My jsme jedna z mála redakcí, která vůbec nepropouštěla během covidu. Co vím od ostatních novinářů, jim třeba sahali na platy. Během covidu museli jít o nějakých pět deset procent dolů s pěnezi. U mě, ale myslím, že ani u nikoho ostatního u nás se na platy nesahalo. Ani během toho nejhlubšího covidu, kdy se fakt skoro nic nedělo. A upřímně, jestli končili externisté, to nevím. Možná jestli skončil nějaký kameraman… to je možné. Jinak už tak naše počty v redakci nejsou tak obrovské a mám pocit, že všechno děláme akorát. Nikdo nepřebývá. Nejsou lidé, kteří by neměli práci, neměli co dělat a jenom ty týdny přežívali. Tomu jsme se u nás docela vyhli.

Musel jste se učit něco nového, například focení nebo natáčení?

Taky vlastně ne. Ani to dodneška neumím. Akorát jsem se musel možná naučit pro mě nezvyklou věc. To je, že sedím doma a povídám si do notebooku. Myslím, že hlavně starší učitelé, kteří na to nebyli zvyklí, na to dojížděli. My už jsme předtím natáčeli podcasty, které se samozřejmě točily na kameru, ale vzniklo to všechno ve studiu. Teď to začalo

vznikat tak, že každý seděl doma, připojil se na nějaký StreamYard nebo platformu, přes kterou jsme to nahrávali, a to bylo divné. Zavřít se doma – my jsme měli komplikaci ještě doma, protože v té době jsme měli s manželkou jenom garsonku a i ona měla nařízený home office, že nemohla do práce. Když jsme měli oba dva cally nebo nahrávání, jeden se musel zavřít na chodbu nebo do koupelny, abychom se nerušili. Tyhle patálie taky přinesl covid. Ale to je tak jediná věc, která mě napadá. Jinak na focení, točení máme lidi, to jsem nemusel. Možná jsem se trochu musel naučit pracovat se sociálními sítěmi. Nemohli jsme si dovolit mít více lidí na stadionech, chodit ve více lidech, kluci měli služby na webu, do toho nechci zabíhat. Tak jsem začal dělat i příspěvky na Instagram a tam si trochu hrál s fotkami. Ale že bych uměl složitou úpravu ve photoshopu, to teda taky ne.

Jak covid ovlivnil vaši prezentaci (jako média) na sociálních sítích?

Nevím, jestli je to díky covidu, nebo to přinesla doba, ale u nás se za poslední dva roky sociální sítě hodně rozjely. Před dvěma lety jsme ještě neměli nějakého experta na sociální sítě. Teď máme člověka, jehož pozice se jmenuje senior brand manager, který řeší jak reklamu, tak prezentaci na sociálních sítích. Ten má teď pod sebou další dva kluky, kteří spravují čistě Facebook, Twitter, a hlavně Instagram. A nově ve Sportu i TikTok. Dělají tohle, což dříve bylo sci-fi, pro starší kolegy. Ti se na to pořád tváří zvláštně. Pořád nechápou, v čem ta práce spočívá. Vypadá to hrozně jednoduše, hodit tam příspěvek a k tomu vyzobnout tři věty z článku, ale úplně to tak snadné není. Takže v tomhle to možná něco urychlilo. Ale fakt nedokážu říct, jestli by se totéž nestalo, aniž by covid přišel.

Jak na tom tehdy byli například starší kolegové?

Měli s tím problém větší než my. Zkrátka byli fakt zvyklí pracovat jen v terénu, a teď byli doma a bylo to pro ně jiné. Nebyli zvyklí psát články od stolu, byli zvyklí si za těmi lidmi zajet. Vyhýbat se telefonům, ale řešit to primárně osobně. Ve sportu je starších lidí – aniž bych někoho chtěl urazit, starší beru třeba nad padesát – velice málo. Třeba dva. Grafik měl potíž, takový starší, už je v důchodu. Měl trable, dělat to všechno z domu, dálková připojení, byť se grafická práce dělá na počítači… Říkám, je trochu něco jiného být v redakci, mít kolem sebe kolegy a všechno řešit naživo, než skrz cally, vysvětlovat si to na dálku… s tím se prali víc a složitěji než mladší.

Překlápíte obsah mezi deníkem a webem?

Ano, tam je ten průsečík obrovský. Takřka všechno, co je v novinách, je i na webu. Plus naše věci jsou v sekci iSport premium, jsou zamčené a kdo si je chce přečíst, musí si je koupit. covid změnil to, že klesla i prodejnost novin, nejen čtenost na webu. Nějak se to začalo vyvíjet zpátky, když bylo MS v hokeji a fotbalové Euro, zase se to vyšvihlo nahoru. Ale dost to poznamenalo čtenost novin. Logicky každý začal řešit zbytné věci. V covidu všem došly příjmy, peníze, totéž vlastně poznamenalo sport obecně, že se snížily návštěvnosti. Že když lidé nemohli chodit, zjistili, že na stadiony nemusí, že to bez toho přežijí. Že se jim ty kačky budou hodit spíš jinde než na to, aby se šli bavit. Dnes je to všechno drahé, jdete na hokej, čtyřčlenná rodina, aspoň za patnáct set. V tom se změnila trochu i čtenost nebo respektive prodejnost tištěného deníku Sport, který se pořád drží, ale šlo to taky dolů.

Má prioritu web?

Ano. Na web se dává všechno, a až na nějaké odpolední poradě se řeší, co na webu udělalo úspěch a půjde to i do novin. Penzum článků na webu je výrazně vyšší. Pak se z toho skládají až ty noviny ve finále. Průsečík s webem a printem je podle mě stoprocentní.

Ohledně změn ve fungování redakce – vrátil se v současnosti způsob práce do předcovidového normálu?

Jak jsem říkal, vlastně stalo se z toho takové něco mezi. Porady jsou i fyzicky, ale pořád zůstalo to, že šéfredaktor nebo jeho zástupce, který je na poradě, s sebou bere i notebook, ten položí na stůl a kdokoliv se může připojit z domu na dálku přes Meet. V tomhle se to posunulo, a za mě zlepšilo. My v oddělení jsme tak konkrétně fungovali vždycky, na principu toho, že máme společnou skupinu na Whatsappu. Celoredakční porada je u nás v deset každý den v pracovní dopoledne. Takže jsme si v oddělení vždy kolem osmé deváté napsali, kdo co má, kdo kam pojede na hokej a sami jsme si interně vyřešili, co kdo dá. V tom jsme nic měnit úplně nemuseli.

Příloha č. X. Rozhovor s Tomášem Fraňkem

Když byl covid v lednu v Číně, reflektovali jste, že to bude problém i pro vás v redakci? Dokážete popsat, jak jste fungovali před vypuknutím covidu v Česku?

Co se týká ledna, když to začínalo v Číně, to jsme moc neřešili. Jediné, co nám zasáhlo do práce, bylo, že kolega měl v březnu letět na svou první zahraniční cestu do Nankingu, kde mělo být Halové mistrovství světa v atletice, což byla jedna z prvních velkých sportovních akcí, která byla zrušená. Ta se doteď v Číně neuskutečnila. To byl první pracovní kontakt s koronavirem. Další byl únorové Mistrovství světa v biatlonu v italské Anterselvě, kdy jsme si s kolegou dělali legraci, že přivezou koronavirus. Oni říkali, že to je v jiných italských regionech, samozřejmě nic nepřivezli. Domluvili jsme se, že pokud by se necítili dobře, do práce by nešli. Samozřejmě v té době žádné testy nebyly. Potom se to postupně blížilo do Česka a jedním z přelomových momentů bylo rozhodnutí vlády o tom, že biatlonový světový pohár v Novém Městě na Moravě bude bez diváků. To bylo poprvé, co jsme se setkali s něčím takovým, že by kvůli viru někam nemohli diváci. Zvlášť v případě Nového Města na Moravě, kde mělo být vyprodáno, plné tribuny, to byl určitý precedens, vůbec jsme nemohli předpokládat, co všechno se potom bude dít, takže to bylo zvláštní. Tak tam kolegové udělali reportáže o tom, jak je tam ticho, jak je slyšet každý výstřel, jak fanoušci stojí za plotem, což byl myslím první březnový víkend. Další týden se to totálně rozjelo, v pondělí večer Prymula v Událostech, komentářích řekl, že mají první komunitní přenos, ten pražský taxikář, a v úterý se zrušili diváci na sportovních akcích nad sto lidí po celé zemi, a další týden v pondělí byla karanténa.

Jak jste na to zareagovali jako redakce?

První velká změna v redakčním fungování přišla právě v úterý po pondělním Prymulově vyjádření, kdy se rozhodlo, že se omezí přítomnost v redakci. Je zapotřebí říct, že my jako sportovní redakce iDNESu jsme propojeni se sportovní redakcí Mladé fronty DNES (*pozn.: dále MF DNES)*, jsme spojená redakce, sedíme u sebe a navzájem texty sdílíme a radíme se o nich. První, kteří šli na home office, byli primárně lidé z novin, editoři nebo autoři, kteří píšou hlavně pro noviny a nemají webové služby. To bylo první omezení potkávání, kdy samozřejmě se noviny na dálku se dělají lépe než web. Na webu je zapotřebí mnohem častější domlouvání a řešení textů i vzhledem k tomu, že tam nepíšou úplně zkušení autoři, text nedostanete hotový, ale musíte se o něm s těmi lidmi bavit.

Proto šly ty noviny jako první. A za dva dny, myslím, že ve čtvrtek, se rozhodlo, že pokud to není bezpodmínečně nutné, ať nechodí do redakce ani lidé z webu. A v pátek 13., když umřela Dana Zátopková, jsme naplno spadli do nového procesu práce, kdy se všechno dělalo na dálku. Od dalšího týdne v pondělí byl nařízený home office pro všechny.

Byl home office problém?

Záleží, koho se na to zeptáte. Pokud se zeptáte mě, já za sebe říkám, že to problém byl. Samozřejmě jsme to zvládli, protože ve finále se zvládne vždycky všechno. A v porovnání s tím, co museli řešit jiní lidé a jiné profese, tohle bylo marginální i vzhledem k tomu, že sport umřel na dva tři měsíce. Zvládli jsme to, ale v žádném případě to nebylo, není a nikdy nebude ideální, když je většina lidí na home office, protože určité procesy se zpomalují. Nemůžete se otočit na židli a okamžitě s člověkem mluvit. Minimálně musíte napsat a počkat, než zareaguje, nebo vzít telefon, zavolat a čekat, jestli to vezme a podobně. Procesy se prodlužují a strašně se komplikuje editorská práce s texty.

Říkal jste, že sport obecně na tři měsíce zemřel. Jak se to promítlo do vnímání publikovaného obsahu?

Velmi. Musím se přiznat, že v prvních týdnech karantény, to znamená březen a začátek dubna, jsem měl existenční strach o to, co s námi bude. Nikdo nedokázal předpovědět, jak dlouho to bude trvat, nemohli jsme vědět, že na konci května se rozběhne fotbalová liga a na podzim, i když bude třicet tisíc nakažených denně, se bez diváků bude hrát. Měl jsem opravdu strach o to, co s námi jako s redakcí bude. Jsou to naprosto legitimní ekonomické úvahy, že není potřeba mít tolik zaměstnanců. To je jasné. To je jedna stránka věci, druhá je ta, že jsme v prvních týdnech pandemie psali o tom, co se zrušilo, odložilo a podobně. Pak jsme se dostali do fáze, kdy bylo všechno odloženo. Nebyla žádná vize návratu sportovních akcí. Samozřejmě jsme museli vymýšlet obsah, zaprvé proto, abychom před vedením opodstatnili svou existenci, a zadruhé proto, že v MF DNES jsme měli pořád dvě novinové stránky, které jsme nějak zaplnit museli. Tam nemůže být bílo. Navíc jsme museli živit webový provoz, i když byl sport v tu chvíli pro všechny absolutně marginální. Tak jsme vymysleli historický seriál, který se pojmenoval Stalo se, kde jsme každý den vydali jeden až tři texty s připomínkou nějaké sportovní historické události, která se ten den stala. Někdy jsme to dokonce dali i do novin, a když to bylo hodně

zajímavé a dobře napsané, dali jsme to do webového placeného obsahu. Když jsme vypátrali jednu událost, byl text jeden. Někdy jich bylo přes den víc. Věnovali jsme se tak tomuhle. To byla nadstavbová publicistická věc, a pak jsme pořád jeli svou zpravodajskou rutinu o tom, jestli se zrušilo něco dalšího, jak se uvažuje o vrácení fotbalové ligy, když by se vrátila tehdy a tehdy, jestli se stihne dohrát… Takže takové spekulace. Občas jsme museli udělat i věci na pomezí sportu a lifestylu, kdy to nebylo o sportovních výkonech, ale spíš o sportovcích jako takových. Jejich zážitky z lockdownu, karantény, jak trénují na trenažérech, jak jezdí virtuální závody. Dokonce jsme dělali pokusy, že jsme psali zpravodajství ze streamování FIFY, kterou hráli prvoligoví fotbalisté atd. Nějak jsme si s tím poradit museli, ale byl to úplně opačný extrém než dřív: čím více se toho zároveň děje a čím více toho máme na starosti, tím je to pro nás složitější uhlídat a udělat dobře. Ideální scénář je zlatý střed. Tohle byl úplný extrém, kdy se nedělo opravdu vůbec nic.

Promítlo se to na personální stránce redakce?

Naštěstí ne. Naštěstí jsme to ustáli. S tím, že priority v tu chvíli měli zaměstnanci. Externistům jsme nemohli dávat žádnou práci, nemohli psát online reportáže, protože neměli z čeho. Nemohli dělat různé vypomáhající služby, protože sportu bylo málo. Ti na tom bití byli. Jinak se nás to personálně nedotklo a budoucí vývoj pandemie nám na sportovních událostech dal za pravdu, že jsme dál potřeba.

Vnímal jste, že by v té době sport přešel na druhou kolej?

Samozřejmě ve chvíli, kdy odložili Letní olympiádu v Tokiu 2020 na 2021, to bylo naprosté breaking news, v tu chvíli jsme pro iDNES jako pro superhomepage potřeba byli. Oni byli rádi, když si skladbu článku mohli rozředit něčím, co se toho viru úplně nedotýkalo. Třeba právě ten historický seriál, kde o viru nebylo ani slovo. Protože čím déle to trvá, tím jsou čtenáři více a více unavení a zajímá je to méně a méně. To vidíte na čtenosti, je to celkem jednoduše změřitelné. V rámci kolegiality celé redakce jsme sportovní texty více neprotlačovali a neobtěžovali je s nimi a pár našich kolegů bylo na pár týdnů přesunutých do zpravodajství, abychom jim pomohli. To ještě k vaší předchozí otázce o personálu – dva nebo tři kolegové na několik týdnů vypomáhali ve zpravodajství, protože u nás tolik práce nebylo, a oni jí měli víc, tak jsme si navzájem vypomohli.

Ovlivnilo rušení velkých sportovních akcí i následnou přípravu v redakci? Například zaměření spíše na krátkodobé cíle.

Ve chvíli, kdy se rozhodlo o tom, že se to o rok odloží, jsme s tím počítali, a veškeré přípravy jsme začali směřovat k faktu, že se to bude konat v létě 2021, a v tu chvíli jsme samozřejmě nemohli vědět, jestli to tak bude. Stejně tak – když se spekulovalo o návratu fotbalové ligy, připravovali jsme se na první scénář a ve chvíli, kdy to posunuli, jsme se přizpůsobili. Covidová pandemie ukázala, že člověk si nemůže moc věcí plánovat a že se musí jít den ode dne, což se ukázalo i v této konkrétní činnosti.

Jak se v té době proměnil způsob rešerší témat?

Všechno přešlo do online prostředí. Veškeré nadstavbové publicistické rozhovory, které dříve fungovaly tak, že jste za sportovcem přijel domů, byl jste u něj hodinu a půl, dostal jste kafe a vznikla krásná chemie a krásný rozhovor, se přesunuly do online prostředí. Což není takové jako naživo. To je bez debat. Rešerše k textům se více přesměrovaly do online prostředí, po internetu.

Jak se do chodu redakce promítlo uvolňování restrikcí? Zachovali jste si home office, případně v jaké míře?

V létě 2020 bylo samozřejmě sportovních akcí málo. Pořád to byla okurková sezóna, protože nebyla olympiáda, nebyly žádné velké mezinárodní akce. Sportovalo se primárně v Česku, atleti si dělali jen své české věci, hrála se fotbalová liga atd. A tím, že bylo léto a že to bylo takové nadechnutí, se nijak zásadně na povinný návrat do redakce netlačilo, i když jsme se částečně vrátili. Když se začalo probírat to, jak to bude dál, přišel další lockdown a spadli jsme do toho znovu.

Jaká je současná situace v redakci?

Teď jsme ve fázi, že už je to tak, jak to bylo dříve. Lidé mají být v redakci, ale rozdíl oproti tomu, jak to bylo před 2019, je, že se samozřejmě ukázalo, že to na home office jde. To znamená, že když se navzájem domluvíme, kolega na home office zůstat může. Dělají se věci jinak v tom, že když měl člověk dříve rýmu, do redakce normálně přišel, a teď když je nachlazený, zůstane doma. To vnímám jako velkou změnu. Takže jsme zpátky, ale občas se stane, že je nějaký kolega na home office, protože je nachlazený nebo se omluví, že má zařizování a že by to těžko stíhal. Dříve by to bylo tak, že by se to snažil

přeskládat tak, aby byl v práci nebo by pospíchal, ale teď řekne, že si musí něco zařídit a jestli nevadí, že by už zůstal doma.

Možná se to teď v rámci cen energií i hodí…

Zatím to nenastalo, to bychom si museli zavolat v lednu nebo v únoru, abych vám k tomu mohl něco říct, ale na druhou stranu my pracujeme v open spacech, takže se topit musí, ale jestli je tam pět nebo deset lidí, už je celkem jedno. Pak máte druhou stránku věci, že home office máte v právním vakuu a že není úplně dořešené, kdo má platit náklady zaměstnanci, aby si nabíjel notebook nebo aby si doma topil. To jsou věci, které se musí řešit.

Troufnete si odhadnout budoucnost fungování redakce?

Samozřejmě se to těžko odhaduje. Může se stát cokoliv. Může se to vrátit k částečnému home office nebo k nějakému hybridnímu režimu. Poslední věc, která mě napadla, je, že si myslím, že několikaměsíční home office strašně uškodily. Zvlášť mladým externistům a kolegům, kteří v redakci začínali právě v té době. Všechno dělali na dálku, lidi fyzicky nikdy nepotkali, všechno probíhalo přes e-maily. A je složité – tohle říkám ze své pozice editora – editovat text se začínajícím autorem na dálku. Buď si musíte dlouhé minuty volat, nebo to musíte vypisovat do e-mailu. Není to tak, že si ho můžete vzít k sobě a postupně mu všechno ukazovat. To si myslím je velká škoda a jedna ze signifikantních změn. Dříve bylo naprosto běžné do redakce chodit, žít redakčním životem, potkávat se s kolegy. Pro úplně začínající je to nezvyk. Pro ně je normální sedět doma u počítače, v klidu si to psát a čekat na zpětnou vazbu, ale ne přijít do redakce a bavit se s lidmi. To bude chvilku trvat, než se to vrátí do normálu, protože když se do redakce vracíme, tak externisté, kteří jsou u nás rok, rok a půl, vypadají, jako by v redakci byli měsíc. Neznají všechny lidi a sžívají se s vnitřními redakčními procesy. To je dané pandemií, s tím se nedá nic dělat, jen si myslím, že by to v tomhle rozhovoru mělo zaznít a zkonstatoval jsem to tak, jak to vnímám.

Příloha č. XI. Rozhovor s Janem Daňkem

Když se objevily první případy covidu v zahraničí, zavedli jste v redakci nějaká preventivní opatření?

Jestli si to správně pamatuju, byl to přelom února a března, kolega se vrátil z biatlonového mistrovství světa v Anterselvě a já jsem byl taky na horách v Itálii, kde jsme odjížděli a viděli jsme, jak tam naskočilo nějakých osmdesát případů. Na jednu stranu byly ještě srandičky, na druhou stranu se objevili jeden dva lidi, kteří měli přístup jako: Co sem lezete? Objevovali se názory jednotlivců, že bychom to neměli podceňovat. Ale z vyšších míst žádná výzva nedorazila. Já se přiznám, že jsem jel ještě do Barcelony na prodloužený víkend, a po něm jsem se vrátil a nabralo to rychlý spád. Byly tu desítky případů, všechno se rušilo, končilo, já už jsem do redakce nedošel. Pamatuju si, že jsem řešil ze dne na den hokejovou extraligu, nejdřív se odložila, potom se zrušila. Nastala bizarní situace, kdy vedení extraligy, potažmo svazu nevědělo, jak přesně definovat pravidla. Bylo tam něco o sto lidech, kteří mohou být na stadionu, a nikdo nevěděl, jestli se do toho počítají hráči, rozhodčí a tak dále. Ta bizarní situace se po pár dnech vyjasnila a pochopili jsme, že jsou důležitější starosti než psaní o sportu a sportovní život. A od té doby jsme zůstali doma.

Můžete zmínit konkrétní kroky, které jste sám začal dodržovat?

Já bych začal zeširoka. Myslím, že sportovní iDNES nebo sportovní redakce MF DNES je docela samostatná jednotka. Práci si děláme sami dobře. Věřím, že jsou s naší prací spokojení. Proto k nám nechodí moc příkazů shora, nařízení od vedení firmy a podobně. Myslím, že od začátku fungovala individuální zodpovědnost. Nejdřív jsme přestali chodit do práce sami, posléze chodily firemní apely, abychom si vzali respirátor, abychom měli tohle a tohle, pokud chodíme do práce. Ale mám pocit, že jsme ty kroky činili sami od sebe. Redaktoři, kteří nemuseli nutně být denně v redakci – v redakci musí být třeba weboví editoři a vedoucí dne – do té redakce automaticky přestali chodit, jestli si to správně pamatuju.

Můžete nastínit personální situaci v redakci?

Máme to nastaveno tak, že jako píšící sportovní redaktoři nemáme povinnost být denně v redakci. Před covidem jsme měli nějaký rozhovor, něco jsme chystali doma, něco bylo

jednodušší takhle… Nechci plácat čísla, jsem asi méně povolaný, který by to měl říct. Ale s nejrůznějším úvazkem je ve sportovní redakci třeba dvacet lidí. Denně před covidem, kdy byly denní porady, se tam objevovalo dejme tomu deset lidí. V covidu se to osekalo na vedoucího sportu, webového editora, ti se během dne točili. V nejsilnějším covidu tam byli nula až dva lidi, hodně se to osekalo. Když byl postupující covid, byli tam jeden dva lidi pro zabezpečení sportovního chodu redakce.

Jak se změnila komunikace mezi redaktory?

Řešili jsme to za chodu. Zpravodajci iDNES měli svůj vlastní Slackový kanál, nevím, nakolik jim to firma platila nebo jak se na tom podílela. My jsme měli nějaký Google chat nebo Google účet. Za normálního chodu jsme měli porady 10:30, tak jsem měl uložený odkaz, na který jsem kliknul a 10:30 jsem si zapnul kameru a notebook a měli jsme poradu, která neprobíhala fyzicky, ale po sítích.

Když přetrvávaly restrikce, jakým způsobem jste si hledali témata?

Už jsem trochu říkal, že všichni rozumnější pochopili, že sport jde stranou. Do popředí šla jiná témata, zpravodajská, co se děje, jak se děje, co bude. Ta témata se hledala těžko, ale my jsme víceméně z vlastní iniciativy založili seriál, který jsme nazvali Stalo se, nevím, jestli jsi to viděl. Snažili jsme se naplánovat, co se v daný den před lety stalo, třeba plácnu – dnes je 31. října, tak jsme si našli, co se stalo 31. října 1981, plácnu, Wayne Gretzky dal tisící bod, 1980, Československí fotbalisté postoupili na MS. Zkrátka jsme si založili tenhle seriál z vlastní iniciativy. Plus se udělal jednou za čas rozhovor s nějakým sportovcem, který zrovna uvízl v Číně nebo v Itálii. To se postupně samo zaplnilo. Zmínil bych, že nám v prvotní moment, než se sportovní soutěže restartovaly, paradoxně ubyla práce, a trochu se nám snížilo ohodnocení. To souviselo s tím, že se zrušily cesťáky a výjezdy, kdy na tom člověk mohl trošičku vydělat, když na cestě ušetřil, nekoupil si jídlo, dostal nějaké cestovné, diety a podobně. Dělali jsme v tu dobu méně práce za méně peněz.

Máte v redakci externisty?

Struktura je složitější. Do sportu píšou i regionální redaktoři, kteří spadají pod region. Jsou to sportovní redaktoři, ale spadají pod jiné středisko. Fotografové fotí všechno, politiku, kulturu a občas sport. Je to hodně složité. Jestli narážíte na to, jestli se

nesnižovaly úvazky, už si to úplně nepamatuju, ale je docela možné, že pár takovým občasným korespondentům, jak bych je nazval, se ukončil úvazek. Přemýšlím, jestli se někomu zrušil celý úvazek – to si nepamatuju. Určitě neodešel někdo proto, že by se redukovaly stavy, to se nestalo.

Byl jste nastalou situací donucen se něčemu novému naučit? Například focení, střihu a podobně.

To si úplně nevybavuju, asi se to nestalo. Pokud nepočítám zacházení s programy na různé Face Timy, což se asi dá brát jako samozřejmost. Že bych si musel sám fotit, dělat tuhle produkční činnost, to se mi osobně nestalo. A myslím, že nás byla většina, kteří si nemuseli zařizovat své věci.

Takže obsah vaší práce se během covidu nezměnil?

Asi bych to tak řekl. Já osobně jsem nic extra dělat nemusel, když pominu, že byla fáze, kdy jsem si říkal, že si najdu přivýdělek v téhle branži. Ale to byla moje pohnutka. Pracovně jsem neměl žádnou povinnost se učit nějaké další věci.

Jak jste vy a vaši kolegové zvládali práci z domova a to, že nebylo možné chodit na sportovní události?

Zpočátku to byl šok, velký nezvyk. Sám jsem cítil, že se vytrácí ta přidaná hodnota. Že jsi psal o něčem, cos viděl v televizi, což viděli i diváci. Cítil jsi, že děláš práci, kterou si lidé přečtou jen proto, že to viděli taky, ne proto, aby se dozvěděli něco jiného. To bylo zvláštní. Nicméně si člověk asi prostě zvykne na všechno. Jak to postupně plynulo – shodou okolností jsme se přestěhovali z Prahy do vesnice vedle Prahy – ve finále občasné návštěvy stadionu přetrvaly dodneška. Je to možná způsobeno i tím, že jsem teď v pozici, kdy není vyloženě nutné – hlavně píšu hokej – abych každý týden chodil na každé extraligové kolo a tak dále. Tohle je tak možná dané i mou pozicí.

Kromě zmíněného seriálu Stalo se – změnil se publikovaný obsah?

To si nemyslím. U nás ve Frontě se snažíme hodně psát o příběhu člověka, spíš než hodnotit nebo analyzovat výkony. To myslím, že se nezměnilo. Ale vybavuju si, že jsme jednu danou dobu hodně řešili organizaci soutěže, jak jsou nastavená pravidla, kde se nosí roušky, kolikrát se bude testovat. Když zůstanu u extraligy – když se nakazil tým, tak co

to znamená pro soutěž? Jak se posouvá program? Kolik jich musí být v karanténě? Když v kolektivu onemocněl covidem jeden, jestli musí do karantény celý tým, jestli musí jednotlivci? To nebylo jen v Česku, ale i v zahraničních soutěžích. Byla to specialita té doby. Do toho každá země měla pravidla, která byla nad úrovní soutěží a podobně.

Nastalo to, že by kvůli rušení dlouho plánovaných velkých sportovních akcí přišla Vaše práce vniveč?

Myslím, že se to rušilo v době, kdy to byl naprosto logický krok. Kdy sport šel hodně na vedlejší kolej. Bylo fotbalové EURO, a že by kvůli tomu kolegové z fotbalu jeli za reprezentanty do Německa, Itálie, že bychom udělali rozhovory… Myslím, že se v té době ještě nic nepodniklo, co by přišlo, jak říkáte, vniveč. Asi si nevybavuju nic, na čem by firma nebo redakce byla ztratná.

Cítili jste v redakci – nebo vy jako jednotlivec – to, že se sport přesunul na druhou kolej?

Přesně si to nepamatuju. Možná to bylo tak, že část našich webových redaktorů, kteří chápou redakční systém a tak dále, částečně vypomáhali zpravodajcům s nějakými onliny, kde tečou zprávy. V Itálii zavřeno tohle, ve Španělsku umřelo tolik. To si už nejsem jistý, ale mám dojem, že takhle vypomáhali přetíženým zpravodajcům. Já jsem to čekal. Taky jsem čekal, jestli nedostanu nějaké ponouknutí, ať jdu pomoc, ale nepamatuju si, že bych něco takového dostal. Takže jsem zůstal a věřil jsem, že to je jen dočasná situace.

Pocítil jste menší zájem o články, menší čtenost? Trápilo Vás to?

Tohle jsem neměl, asi se v tom potkává to, že jsem v nastavení spíš flegmatik, a navíc práci beru jako věc, kterou chci dělat dobře, ale zároveň to nepřeceňuju. Je to pořád přece jen práce. Znám pár případů v branži, kteří žijí čísly a statistikami a trápí je, když nemají taková čísla, ale myslím, že obzvlášť v té době by to neměl být důvod, proč se tím nervovat, trápit a stresovat. Samozřejmě je nutné zmínit, že pokud by sport byl na pokraji zájmu dlouhodobě, je logické, že firma nebo vedení firem by na to reagovalo a nějak by to osekávalo, rozpočty, zaměstnance a tak dále. K tomu mohlo dojít, takový strašák byl, ale to asi v každém odvětví. To bych zobecnil.

Žádné takové náznaky nebyly?

Já jsem je nepocítil.

Vrátila se s uvolněním restrikcí pracovní rutina do standardu, ve kterém byla před covidem?

Určitě se jednu dobu obnovily porady. Ty fyzické, 10:30 v redakci. Nemělo to ale dlouhého trvání, protože jsme skočili do druhé vlny a tak dále. Běžnější režim opět trval asi jen pár týdnů.

Soutěže se pak už nerušily, jen se nepouštěli diváci na stadiony.

Ano. Z velké části se to spíš posouvalo, už se upozorňovalo spíše na bizarnější pravidla a nastavení soutěží nebo obecně protiepidemická pravidla.

Jaká je současná situace v redakci?

Porady oficiálně zpátky zavedeny nemáme, byť nemalá část nás redaktorů by aspoň občasné porady uvítala. Sami cítíme, že to není úplně dobré. Nějaká komunikace, porady nebo domlouvání funguje po telefonech. Nikdo nám nezakazuje chodit do redakce. Já se tam jednou dvakrát týdně ukážu. Ale není to tak, že bych došel na poradu, kde se pobavíme nebo podobně. Je to následek covidové doby. Je možné, že se vrátíme k občasným poradám, ale oficiálně striktně stanovené pravidelnější porady nemáme.

Jak na tom byli elévové, kteří nastoupili během covidu? Nejsou po delší době tak připravení, jak by mohli být? Nebo se to neprojevilo?

Napadá mě hodně myšlenek, tak to rozdělím. Prvně souhlasím s tím, že ti, kteří nastoupili, měli a mají podmínky těžší, aby lépe zapadli do kolektivu, rychleji umazávali chyby nebo nedostatky. Druhá věc je, že teď do naší redakce chodí daleko víc lidí, není tam pouze vedení, jsou tam dva weboví editoři, novinový editor, vedoucí dne a z každé sekce – máme hokej, fotbal a ostatní – je minimálně jeden redaktor. Redakce je plnější, ale není řízena poradami. Teď řeknu konkrétní případ: V době covidu k nám nastoupil na plný nebo normální úvazek jeden hokejový kolega, který za rok pořádně nikoho nepotkal. Byl fajn, vstřícný, komunikativní, ale všechno jsme řešili po Whatsappu a tak, a dost to drhlo. Za rok bylo vidět, že se nikam neposunul, tím, že jsme nebyli fyzicky v redakci, kdyby si

to tam třeba jako chlapi vyříkali, to nenastalo. A po roce mu nebyla prodloužena smlouva, protože jsme necítili, že by dělal pokroky. Sami vnímáme, že to bylo zčásti způsobeno tím, že neměl řekněme přímou zpětnou vazbu.

Obecně byla nejspíš zpětná vazba během lockdownu problematická. Měli jste do té doby home office?

Úplně ne. Jak jsem říkal, byly porady a vždycky byla každá sekce někým zastoupená. Takže se to k tobě dostalo. Buď jsi tam byl, nebo se to k tobě obratem dostalo, že to nebylo dobré, to bys měl příště zlepšit a tak dále.

Dokázal byste uvést ještě další změny, které nastaly v covidu a promítly se do současného stavu?

Myslím, že se to vrací k normálu. Komunikace je pořád stejná. Je pravda, že v době nejděsnějšího covidu i ty kluby, které odmítaly poskytovat telefonní kontakty nebo něco zprostředkovávat – buď si dojdi přímo, nebo na to zapomeň –, i tihle ryzí odpůrci online žurnalistiky, polevili. Ale teď už to víceméně funguje stejně. Jediné, co jsem pociťoval, byla nesmyslná a až buzerující pravidla pro média na olympiádě, Mistrovství světa v hokeji a těchto velkých akcích. Což doufám, že byla jen nutnost předchozích měsíců a snad to vyšumí. Měl jsem takový sen, že se podívám na olympiádu, zažiju tu atmosféru a podobně. Ale vrátil jsem se a bylo to rozhořčení, znechucení, nebylo to tak, jak jsem si to představoval. Zdálo se mi, že Číňanům víceméně vyhovovalo, že byla taková opatření, že jsme byli jako opičky, které vozí, a jediný kontakt s normální Čínou byl, když jsme přejížděli autobusem ze sportoviště na hotel, ze sportoviště do tiskového centra, my jsme fakt nemohli absolutně nikam. A to kdybyste viděl, kolik jsme museli vyplňovat papírů ještě předtím, museli jsme si instalovat nějaké aplikace, které víceméně špehovaly, jak na to upozorňovali. Denně jsme museli zadávat teploty, nejrůznější osobní věci, jak se cítíme. Já jsem měl shodou okolností ještě tři týdny předtím covid, a měl jsem takový problém, že mi vycházely pozitivní testy asi i měsíc po uzdravení. Nic mi nebylo, a střídalo se mi to, že mi vyšel negativní test, pozitivní, negativní, pozitivní. I kvůli tomu jsem odletěl na olympiádu o nějaký týden později a bylo to děsné, co jsem všechno dokládal za dokumenty. Mám tu složku ještě teď a bylo to třeba šedesát sedmdesát dokumentů, které jsem musel nahrávat, aby mě vůbec pustili. Všude byli lidé ve skafandrech a cítil jsem se dost nepříjemně a nepatřičně, když jsem tam pracoval. Navíc

jsem nemohl udělat práci navíc, že bych se s někým domluvil na rozhovoru nebo udělal reportáž z města. Buď jsi psal přímo o sportu, vyzpovídal jsi sportovce a napsal sis nějakou glosu o tom, jak to tam chodí. To bylo všechno, co tam člověk mohl udělat.

Příloha č. XII. Rozhovor s Martinem Kézrem

Když u nás covid ještě nebyl, reagovali jste na situaci v zahraniční nějakými preventivními kroky v redakci?

Musím rozlišit dvě roviny z hlediska vnitřního uspořádání a z hlediska vnějšího. Možná si vzpomenete, že na jednu z prvních velkých sportovních akcí po vypuknutí covidu v Itálii, na Světový pohár v biatlonu v Novém Městě na Moravě, měli přijet účastníci MS, které se tehdy konalo v Italské Anterselvě. Vláda vyhlásila, že závod bude preventivně bez diváků. Už to vyvolalo velký ohlas. Dokonce se jednalo ve sněmovně, pamatuju si, jak tam Zbyněk Stanjura vystupoval a říkal: „Jak bez diváků? Sport nemůže být bez diváků!“ A to byla v tu chvíli i naše první reakce. Sport se přece dělá pro lidi. Jak ho můžeme dělat bez diváků? Když se podíváme, co se odehrávalo všechno dál, je neuvěřitelné, že jsme to přijali a zjistili jsme, že důležité je pokrytí, aby to lidé někde všechno viděli. Pak se to koná na tom místě bez diváků, byť všichni sportovci vám řeknou, že to bylo o něco ochuzené, něco tomu chybělo a tak dále. Podstatné je, že redakce nemusela reagovat na nic, protože se nic nedělo z toho zásahu. Zhruba kolem osmého nebo desátého března se začal sportovní svět zastavovat, začaly případy i u nás. V Novinkách jsme měli známou aféru, jak Babiš křičel po Pavlu Jaňurkovi, že mu doveze test a roušku, a v tu chvíli přišly první opatření v redakci – co nejméně lidí v redakci, co nejvíce lidí doma. A za obrovského každodenního běhu jsme se naučili fungovat. Fungovali jsme na home office, zjišťovali jsme, že lze noviny lámat na home office. Do té doby jsme netušili o všech možnostech, které komunikační platformy umožňují a nabízí. Řešili jsme porady přes obrazovky a tak dále. A opravdu byl vývoj tak překotný, že nás přiměl takovým způsobem fungovat. Vím, že to fungovalo tak, že ani grafici nebyli v redakci. Proces výroby se odehrával, akorát ho měl každý u sebe doma. A zjišťovali jsme, jak je to nekomfortní v tom směru, že naše byty a příbytky vesměs nejsou uzpůsobené k tomu, aby v nich trvale žily a pracovaly čtyřčlenné rodiny. My v našem 3+1 jsme jako čtyřčlenná rodina obsazovali každý jeden pokoj, abychom se vzájemně nerušili. Děti v té době byly obě na škole, manželka pracovala pro Rozhlas a já jsem pracoval pro Právo. Tohle bylo velmi složité nějakým způsobem vykomunikovat. Ale chod redakce – ten vnější obraz – to nepoznamenávalo, byť jsme velmi rychle zjistili, že nám dochází témata. Jak se zastavovaly akce, samozřejmě, dalo se dělat „Sportovci, co na to říkáte?“ Ale nedalo se s nimi potkávat, čímž odpadl jeden základní element

novinářské práce – setkání a vnímání člověka. A hlavně to bylo po čtrnácti dnech to samé. Pořád jsem zavřený doma, pořád čekám, rád bych vyběhl trénovat a tak dále… Asi si pamatujete, že březen duben se zastavily i věci, o kterých nás v životě nenapadlo, že se zastaví, viz provozy obchodů a podobně. A s tím logicky stály i sportoviště. Už tehdy se ozývaly hlasy, že si zadělváme na obrovský problém, ohrožujeme zdraví lidí, výchovu mladých. Na mladých ročnících, v nějakých přechodech z mládežnických do dospělých nebo z žákovských do juniorských, jsou ty dva roky nečinnosti strašně znát. Řekl bych, že krize vrcholila ve chvíli, kdy se zrušilo i hokejové MS a opravdu se zastavila extraliga, nedohrálo se playoff. A duben byl kritický, už jsme opravdu, ale opravdu nevěděli, co psát, a hledali jsme ta témata opravdu velmi obtížně. Sport má tu výhodu, že vám témata nabízí už samotným děním, a to nejen výsledkem, ale příběhem utkání nebo závodu, a z toho vyplývajících okolností. A když jsme tohle neměli, volali jsme po publicistických věcech, oživovali jsme historické vzpomínky a tak dále. Doopravdy se obsah tvořil velmi těžce. Postupně jsme – zvlášť v souvislosti s těmi karanténami – najeli na to, že jsme furt pořád drželi nějakou rezervní partu lidí v nezápřahu, aby, kdyby ta parta lidí v zápřahu… aby se to dalo jemně okamžitě nahradit. Abychom neskončili s tím, že nemáme editora, nemáme lamáka, redaktora, nemá kdo psát. A tím pádem to musíme nějakým způsobem držet. Třeba Česká televize jela na takové party. My jsme spíš drželi zástupnost, kdybych padnul já na hokej, ať je tam na něj druhý kolega. Nebylo to nutné z hlediska pokrytí událostí, protože ty nebyly, ale spíš z hlediska toho, aby měl vůbec kdo psát. Protože nikdo z nás nevěděl, jaký bude mít průběh covidu, když ho dostane. Taky jsme tam měli starší lidi. Konkurent, redaktor Hokej.cz, Václav Jáchym, v důsledku oslabení organismu covidem zemřel, to tělo už to nedalo, a bylo mu jednapadesát let. Tohle byly všechny věci, které nás nějakým způsobem formovaly a ovlivňovaly. Ale musím říct, že mě samotného dnes s odstupem překvapuje, jak rychle jsme se tomu přizpůsobili, jak rychle jsme dokázali najít způsob fungování. Že jsme objevili možnosti, které nás možná do té chvíle vůbec nenapadaly, nebo je znali ajťáci, a my jsme je nevyužívali a zjistili jsme, že to jde. Z hlediska fungování jsme zjistili, že i když je ten sportovec třeba na Novém Zélandu, my se s ním najednou můžeme propojit, a to se dříve zdálo nemožné. A dokonce i sportovní svazy nebo kluby nacházely formu nějakých call tiskovek a tak dále, komunikací přes Teams. Je až zarážející, že někteří u toho zůstávají dodnes, kdy to není potřeba. A na jaře 2020 nebo – tím, jak to šlo ve vlnách – říjnu 2020 a zase únoru 2021, tam to bylo ku prospěchu, ale nyní na podzim roku 2022, když se spolu bavíme, už

je to k tíži. Oni vlastně nechtějí opustit tohle prostředí, které my jsme brali a pořád ho bereme, jako provizorní, doplňkové řešení. Je to zhruba jako kdyby škola řekla: „Hele, my už budeme učit jenom online.“ Asi jste zažil školu online, takže víte, že ono to jakžtakž nějak jde, ale nějaké podstatné věci se z toho vytrácí. A k těm se některé sportovní kluby a organizace vůbec nechtějí vracet. Je to celé o tom, že se redakce musela strašně rychle přizpůsobit a najít způsob formy, ale i obsahu, no a když už zjistila, jak to jde, pak už se to dalo. A ještě to vyžadovalo jednu věc – logistiku, vymýšlení. A ještě jsem cítil to, že je potřeba s těmi lidmi mluvit víc než běžně, protože když se potkáváte, sem tam mezi řečí něco řeknete, ale tady bylo vyloženě potřeba se lidí ptát, jak se mají, jak to zvládají, jak jim je, jestli neřeší nějaký velký problém.

Taková krizová intervence.

V podstatě tak.

Utrpěla kvalita?

Myslím, že ne. Utrpěl společenský význam zpráv, protože byly tak trochu cucané z prstu, jestli mi rozumíte. Určitě to nemělo takovou sledovanost, jako kdyby se hokej hrál, třeba to MS. Ale myslím, že profesně jsme se snažili odvést maximum možného. Ano, na kvalitě rozhovorů bylo znát, že se pořád omílají dokola ta samá témata. V podstatě se ztratila jedna věc. Ztratila se unikátnost. Protože jste musel mít nějaký geniální nápad, jak něco stvořit a vypracovat. Ale nikdy nebyl takový, že by to nikoho jiného nenapadlo. Ale to platilo po celou dobu covidových vln, protože když se vrátím zpětně, byly nějak čtyři, které výrazně zasáhly. A sport byl jinde než politika, kde politici museli pracovat, protože se dělo všechno kolem vlády. Myslím, že nikdo nikdy v historii nesledoval tolik tiskovek vlády, oni byli navíc občas docela komičtí. Nebo bizarní, řekněme.

Když ve třičtvrtě na jedenáct v noci oznamovali…

Oznamovali, co bude ve dvanáct, kdy už většina lidí začínala spát. Ano. Přesně tak. Ale to se sportu netýkalo. Sport spíš hledal způsob, jak se uživit a jak žít, jak přežít. Protože to bylo pro některé nesmírně likvidační. Všichni sportovci zase nejsou profesionálové se statisícovými příjmy. Pro některé to opravdu byla existenční záležitost – já nemůžu sportovat, nemůžu trénovat, kde ty peníze budu brát? Takže takové příběhy se hledaly. Jak říkám, téměř se zavedla rubrika „Kdo dnes chytil covid?“ Navíc, to si dobře

pamatujete, to šlo od fáze, kdy se nechtělo říkat, že to vůbec někdo má – taková stigmatizace, při čemž málokdo za to mohl – až po to, kam jsme se dostali dnes, kdy je to považováno za normální nemoc, kterou každý z nás někdy může dostat. Já nevím, jestli je to vhodné do diplomky, ale trochu s nadsázkou říkám, že jediné pozitivum začátku války na Ukrajině je to, že se přestal akutně řešit covid. Mám pocit, že kdyby se nestal tenhle ještě větší malér, svět by moc nevěděl, jak to ukončit.

Hledání dalšího tématu.

Ano, když si to vybavíte, opravdu to 24. únorem padlo. Samozřejmě, že taky nastoupila daleko pragmatičtější vláda, nehrající tolik na emoce a tak dále. I v tom sportu se to ukazuje, nejsem vůbec přesvědčený, že bylo rozumné zakazovat běhání a podobně.

Z vlastní zkušenosti se lidé dívali hodně špatně na to, když člověk běhal v přírodě.

Ano, že vyfukujete covid na ně. Já si zrovna myslím, že jsme to s těmi rouškami přeháněli. Ano, hromadná doprava, lidé jsou namačkaní na sebe… ale abych jel v autě sám a měl roušku? To už si přijdu jako blázen. Takže celý svět se to podle mě trochu učil. My jsme ještě měli trochu smůlu na velmi populistickou vládu. Pak si vzal Hamáček černý svetr a začal to všechno řešit. Ale svět sportu se opravdu nevídaným způsobem zastavil. Jak říkám, jestli se to stalo tři dny po útoku na newyorská dvojčata, tohle se zastavilo v každé vlně na nějakou část. A jestli sport sledujete, mělo to poměrně zásadní dopady – třeba naši házenkáři kvůli covidu nakonec neodjeli na MS. To byla nepoznaná aféra, aby tým, který se na to nominoval, neodjel. Paradoxně ta situace stála místo trenéry, Kubeše s Filipem, kteří byli pohnáni k zodpovědnosti, že to neuchránili, ten tým. To bylo MS v Egyptě v lednu 2021. Byla to velká kauza, aféra. Mužstvo se sešlo 29. prosince na přípravu a zjistil se jeden pozitivní test. Těžko dnes hledat viníka, zřejmě to neodclonili dostatečně, a pak už se to začalo šířit a oni neměli žádný plán B. Takže když nemoc zasáhla drtivou většinu kádru, neměli připravené hráče, kteří by přijeli a řekli: „Tak my pojedeme.“

Podobná aféra byla s olympioniky.

Přesně tak. Vzpomeňte si na letadlo z Tokia a doktora Voráčka, který je shodou okolností původem tady z Olomouce, a tak dále. Ale ono to místy byly fakt až paranoidní věci. A víte sám, že covid měl různé průběhy. Někdo měl covid a byl bezpříznakový, někdo

ani neví, že covid prodělal, i když měl těžký průběh, ale tři dny ležel doma, bylo mu blbě, a vyležel se z toho. Bohužel, 40 tisíc lidí v důsledku toho zemřelo. Včetně nějakých bývalých sportovců a podobně.

Co pro vaši redakci znamenalo zrušení největších sportovních akcí? Jak jste reagovali?

Znamenalo to, že v jisté fázi jsem měl pocit, že neděláme nic jiného, než že píšeme o tom, co se zrušilo, co nebude. Takovou žurnalistiku zvláštního typu, kdy nepíšete o tom, co se blíží a co bude, ale píšete tu rubriku: Dneska jsme zase zrušili tohle a tohle a tohle. My jsme měli připravenou olympijskou přílohu – to jsou věci, které se dělají hodně dopředu – na Tokio 2020. Samozřejmě jsme ji pak použili na Tokio 2021, ale práce, která se na ní odvedla v lednu a únoru 2020 spadla úplně pod stůl. A některé věci se pak musely předělávat. Když se zastavily fotbalová liga a hokejová extraliga, najednou byl obsah úplně prázdný. A když si projdete web, uvidíte, že – kromě agendy Co nebude, co se zruší, kdo onemocněl – se hledala témata. Hodně se připomínala různá výročí typu „Sto let od narození Brzáka-Felixe“, kanoisty, což by dneska prošlo jednou větou, ale tehdy z toho byl velký článek. A hledaly se příběhy, které se dají uchytit, které covidová situace vyvolala, způsobila. To znamená, že najednou nastaly, a nikdy jindy by nenastaly. Jak mělo být léto 2020 nabité – s fotbalem, mistrovstvím Evropy, olympiádou – tak nebylo. Paradoxně lidé neměli ani moc kam jet na dovolenou. Nebyli ani unavení z hlediska práce, ale tu dovolenou strašně potřebovali, protože byli unavení z psychického režimu. Protože, to asi dobře víte, jedno z největších úskalí home office je oddělit to, kdy je office a kdy je home. Bylo možné téměř v pyžamu vstát, začít pracovat a zase si v tom pyžamu lehnout. Jenže duševní hygiena trpí jako prase. Uhlídat rytmus, nasazení lidí, kdy jste viděli jen ikonky na obrazovce, to bylo velmi obtížné. A říct jim: „Neblbněte, běžte se projít.“ Když nemůžou opustit hranice města? Tohle všechno tady bylo. Spousta lidí žije v různě toxických vztazích, což to v tu chvíli hrozně umocňovalo. Začali mít problémy doma, s dětmi. To se logicky projevovalo v práci. Bylo to těžké i na managment, uspořádání a opravdu to chtělo daleko větší, jak jste říkal, krizovou intervenci nebo komunikaci s lidmi a vnímání. Co to ale určitě přineslo bylo, že jako svět už nebyl nikdy stejný, jako byl před útokem na dvojčata, tak svět už nebude nikdy stejný, jako byl před covidem. Minimálně v novinářské práci se ukázalo, že novinář nemusí být pořád v redakci. Do té doby: buď v redakci, nebo buď v terénu. Ale představa, že jsi doma

a pracuješ, ta zněla divně. Protože to technologicky nešlo. Dnes se zjistilo, že to jde. Bohužel to vedlo i k tomu, že ještě více směřovala tendence k rychlosti, povrchnosti a banálnosti. Rychle to udělej a rychle to nějak dej. Když chcete dělat hlubší témata, musíte se jim věnovat a musíte za nimi jít. A to lidi nešli, protože nemohli.

Jde se od té doby více po povrchu, nebo do hloubky? Mám za to, že do té doby se šlo více po povrchu, protože událostí bylo tolik, že nebyl čas řešit individuální příběhy.

Ano. Ale musím říct, že tendence, kam se sportovní žurnalistika vyvíjí, už byla před covidem. Hodně ji ovlivňují sociální sítě. Najednou se začalo více přes sociální sítě komunikovat, jako: „Končím kariéru, oznámil Federer na své sociální síti.“ Ještě před deseti lety by se musela svolat velká tiskovka, na kterou by byli pozvaní vybraní novináři, a Federer by řekl, že končí. Bez toho by to vůbec nešlo, a jinak by to úplně zapadlo. Dnes jsou novináři vytrénovaní na sociální sítě. Řada sportovců dá fotku na Instagram, a tím vlastně sděluje: „Hele, já jsem začal po zranění trénovat.“ Řekl bych, že ještě víc přimknula novináře hledající obsah k sociálním sítím. Ta povrchnost, protože sociální sítě jsou nějaká povrchní bublina, nějaká virtuální realita, která úplně přesně nefunguje, tahle tendence, že se svět podle sociálních sítí popisuje, tam je. To tam bylo a covid to umocnil.

Nabízely kluby témata samy od sebe?

Ne. Dokonce bych řekl, že to šlo obrácenou cestou, že najednou kluby měly pocit, že oni si umí skrz sociální sítě mediální obraz utvořit sami.

Bez kritických otázek?

Přesně tak. Což je hrozně komfortní pocit. Nikdo jim do toho nekecá, že zjistili: „My ty novináře a kritickou reflexi novinářů vlastně nepotřebujeme. Nám bude dobře, my si to vytvoříme přes sociální sítě, a vy novináři se nám do toho úplně nepleťte.“ Novináři je míněno novinářský kritický pohled na svět s přemýšlením o motivaci toho, co kdo říká a tak dále.

Máte pocit, že čtenářům to takhle stačí?

Přirovnám to k jedné věci. Kdybychom seděli tady před deseti lety v Olomouci, vy byste neměl tenhle chytrý mobil, a šli bychom hledat kostel svatého Mořice, velmi

pravděpodobně bychom si to našli na mapě nebo bychom se ptali místních kudy a jak. Nebo bychom šli nějakým vnímáním, kde se vyjeví kostel. V Paříži Eiffelovku taky najdete, někde kouká věž. Dnes lidé zcela nepochybně, když budou stát dvacet metrů od něj, sáhnou do navigace. Vždycky to vidím v Praze, lidé hledají Národní divadlo, jdou kolem něj, a koukají do mobilu. Tohle myslím trochu funguje i ve čtenářské komunitě. My, jako novináři, jsme si ji na tohle přizbůsobili, že jí to stačí. Obecně společnost klade čím dal menší nároky na novináře, a pokud je novináři nebudou sami zvedat a posouvat… Spoustě lidí to vyhovuje, když se podíváte. Babiš nechce mít chytrou společnost, ta je pro něj nebezpečná, ta bude upozorňovat na jeho konflikty zájmů, způsob vyjednávání, chování a podobně. Ale když společnost bude trochu hloupější, nenáročnější, tak to bude trvat. A ve sportu je to jakbysmet. Když fotbalové Spartě do toho nebude pořád někdo kecat, fotbalové, co s Priskem a Rosickým, tak oni budou mít větší klid. A tohle je to, o čem jsme mluvili včera na panelu, jestli žurnalistika není na křižovatce a jestli jsou žurnalisté ti s kritickým ostnem, nebo za žurnalistu lze považovat každého, kdo tvoří mediální obsah. Což jsou webaři, PR lidé a tak dále. A společnost na to moc nezná odpověď. Všichni novináři si kladou otázku: „Kam dál?“ Já jsem přesvědčený o tom, že novináři musí zpátky zvýšit nárok sami na sebe a chtít po sobě a kolezích víc. Odklouznout od povrchnosti povinnosti a od té banality, ale je to na šéfech, aby měli tu trpělivost, aby nepodléhali jednoduchým řešením. A je to těžká věc. Mě strašně dráždí pořad České televize Newsroom, který dělá Luboš Rosí. Myšlenka, že bude veřejnoprávní médium mít pořad, který bude hodnotit činnost médií, je dobrá. Ale proč to má hodnotit Luboš Rosí a jeho konkubíny? To je ten problém. Ať se vytvoří nějaký mediální panel odborníků, protože Newsroom mluví o tom, co dělají média dobře a špatně, ale nepadne zmínka o České televizi, co dělá dobře a špatně. Kde je objektivita? Kdo je cílovou skupinou pořadu?

Dívak, kterého to zajímá?

A toho trochu Česká televize manipuluje. Už jen výběrem hostů. Všimněte si, že se tam točí jako hosté novináři ze stejného spektra. Ne že bych proti nim něco měl, to vůbec ne. Dívám se na to maximálně objektivně, a je to strašný problém. Totéž platí ve sportu. Podívejte se na Deník Sport, jakým způsobem píše o fotbalové Spartě. Jistě, protože majitelem je Daniel Křetínský. Obojího. A jaký prostor dostává Sparta a jaký prostor dostává třeba Plzeň? A kolikátí jsou v tabulce? Zlín první, Sparta třetí čtvrtá. Ale tam to

nefunguje, vliv vlastníka je veliký. Takže pracovat nezatíženě nebo objektivně je čím dál těžší, protože vlivy vlastníků jsou různé.

Nastartoval to covid?

Spíš bych řekl, že to byl katalyzátor nebo urychlovač. Trend médií byl, ale covid se pojímal černobílými řešeními – buď jsi pro očkování, nebo proti, nic mezi tím. To jsou dva nesmiřitelné tábory. Očkovaní něco můžou, a neočkovaní nemůžou nic, což trochu smrdí žlutými hvězdami na oblečení, byť ani náznakem nezpochybňuju význam očkování. Vzpomeňte si ale, jakým způsobem to vláda komunikovala a tak dále. A tohle všechno jsou věci, které logicky společnost rozdělují. A sport je jen odrazem společnosti. Jistěže vždycky sport rozděloval Slávisty a Sparťany, to jsou nesmiřitelné tábory. Ale je to na sportovní bázi. Jenže co se dělo – a to si asi dobře pamatujete – kolem Františka Straky, když začal trénovat Slávii, to už jsou parajevy! Ale nepřisuzoval bych tohle všechno covidu. Covid byl jen urychlovač toho všeho, protože dostal společnost do, pro vaši generaci první, velké životní zkoušky. V podstatě, a ta analogie trochu kulhá, moje generace ve vašem věku prožila listopad 1989, byla to pro nás absolutní změna, nepředstavitelná, a jsem strašně rád, že jsem ji prožil. Vy asi nemůžete být moc hrdí na to, že jste prožili covid, ale byla to podobná změna, která vás zasáhla. Poprvé vás něco omezilo na svobodě. To jste dosud vůbec neznali. Zatímco my z totalitního režimu…

Ještě se vrátíme zpátky. Proměnilo se v redakci nebo pro vás to, jak je sport důležitý? Narušila se hegemonická role fotbalu a hokeje a ukázaly se další sporty?

Tak já to vezmu odzadu. Nenarušila se hegemonie. Spíš bych řekl, že umocnila, protože se ukázalo, že když nejede – plácnu – liga volejbalistů, tak to se společností nezahýbe. Ale když nejede liga fotbalu nebo hokeje, tak to zahýbe. Odpovídá tomu i návštěvnost. Vezměte si, všechny sportovní soutěže pořád trochu řeší, že se nevrátily na předcovidová čísla návštěvnosti. A týká se to fotbalu, hokeje, ale týká se to i těch malých sportů. Takže fotbal, hokej a pak všechno ostatní, to zůstalo. Možná to kleslo, ale rozdíl zůstal. Druhá věc, ten přístup se změnil. Ve chvíli, kdy nemůžete za lidmi do terénu, jste nuceni sahat do svých know-how, do knih, vzpomínek a tak dále. Tohle je taky podstatná věc.

Využívat své kontakty?

Že vám tenista Berdych telefon zvedne, protože ví, že jste XY, ne jako když jde na tiskovku a odpovídá každému. Tohle všechno bylo. A ukázalo se, že tam, kde komunikační bariéry byly, se ještě zvětšily, protože ten způsob je zvětšoval, než aby je odbourával. Teď se bavíme o pracovních vztazích – pracovní vztahy se nedají moc přes online sítě navazovat. Myslím, že i soukromý vztah navázaný přes Tinder nebo podobně se taky dostane k nějakému limitu, a pak se lidé musí sejít, nebo rozejít. A u pracovních vztahů osobní kontakt a osobní spojení chybí. Strašně špatně se dávala zpětná vazba lidem za to, co udělali, protože je doma nemáte. Vidíte je na obrazovce, takhle se tváří, ale nevíte, jestli za ním nesedí manželka s nožem a nedloube ho, aby šel škrábat brambory. Odosobnění bylo složité a myslím, že dodneška trvá a bylo problematické pro některé lidi se zpátky socializovat. Myslím, že obecně je na lidech vidět, že hrozně chtějí. Dokazují to plné hospody a tak dále. Ale někteří lidé – včetně sportovních novinářů, včetně sportovců – mají podle mě problém se z covidového odstřižení dostat.

Poklesla kvalita připravenosti elévů, kteří nově přicházeli?

Musím odpovědět, že my jsme od března 2020 do září 2021 nikoho nepřijali. Do redakce nikdo nový nevstoupil. Možná právě proto, že možnost působení na něho nebyla. V září 2021 jsme výrazně změnili podobu webu, rozjeli jsme podcasty, videa, začali jsme to pojímat hodně jinak. A s tím souvisely i poměrně výrazné redakční změny – tak například přišel Robert Sára a tak dále. To já už beru jako trochu pocovidovou dobu, i když se ta jedna vlna ještě přehnala. V nejkritičtější covidovou dobu redakce nikoho nového nepřijala. Teď mluvím za Sport.cz. Protože nebyl ani prostor to lidi učit. Museli jsme pracovat s tím: „Ty to víš, ty víš, jak se láme, tak s tím pracuj.“ Myslím, že pro toho nového by to bylo strašně nekomfortní. Dostával by se do těžkých pozic a automaticky by spadal do pozice outsidera.

Museli se pracovníci redakce během covidu učit něčemu novému? Například focení, točení.

Možná. Já to nazývám univerzální voják novinář, který je schopen natočit, což dnes mobily umožňují, nafotit a podobně. Asi se univerzálnost začala více vyžadovat, už i proto, že možnosti jsou omezené a fotografa poslat nemůžete, a když už se tam člověk dostane, musí to nafotit a natočit. Tohle strašně změnilo život novinářů, protože to z nich udělalo zároveň reportéra, zároveň kameramana, zároveň moderátora. To všechno ten

přístroj umí. Já to vždycky nazývám mobilní žurnalistika, ale i Česká televize točí klidně na mobily. Tohle nám covid ukázal. Já myslím, že by to stejně jednou přišlo, ale covid to způsobil ze dne na den. Na to by bylo milion porad, než by se to schválilo.

Nebylo zbytí, než se to naučit…

Nebylo zbytí. A ještě si myslím jednu věc. Covidové období bylo další ranou do rakve vymírajících tištěných médií, protože lidé najednou zjistili, že se to na webu nějak všechno dozví. Zvlášť když lidi nemůžou ven, nemůžou ani do trafiky.

Zároveň asi i den stará zpráva je stará zpráva.

A to vaše generace dává najevo. Že jejich problém s novinami je to, že to, co tam čtou, je strašně staré. V té formě a podobě, ve které to chtějí a stravují, jim to stačí z webu.

Nastartovalo to u vás sociální sítě?

Ano.

Jakým způsobem se proměnila redakce? Máte například specialisty na sociální sítě?

Ano. My jsme konzervativní redakce, zvlášť ta Práva. To je ještě třeba vysvětlit – v té době byla sportovní redakce Práva a sportovní redakce webu, a každá měla své vlastní řízení. S mým nástupem do pozice šéfredaktora jsem to sloučil a nerozlišuju to. Vím, kdo byl původně z Práva a kdo z webu, ale v tuhle chvíli je to opravdu jedno. A máme ještě jednu výhodu – na rozdíl od MF DNES a iDNESu, my nemáme stejnou cílovou skupinu. Právo má čtenáře vesměs pětačtyřicet až padesát, vesměs levicově orientovaného a tak dále, zatímco Sport.cz má fanouška, jak já říkám, s lahví piva, ale vůbec ne vyhraněného napříč politickým spektrem. Takže my si můžeme dovolit pustit stejnou věc do obou platforem. A nepotkávají se nám čtenáři. Dokonce mnoho laiků a čtenářů netuší, že obsah Sport.cz a Novinky.cz tvoří redaktoři Borgisu. Spousta lidí se domnívá, že web Sport.cz je provázán s Deníkem Sport, což není. Ti mají iSport. To byl jen geniální tah Seznamu a Borgisu, že si nechali zaregistrovat značku Sport.cz a začali ji dělat.

Docházelo k propůjčování redaktorů? Nejen v rámci sportu.

Ano. Třeba Česká televize to dělala velmi markantně, zjevně. My jsme se do téhle situace tolik nedostali. Já jsem nenapsal žádnou nesportovní zprávu, byť jsem psal z tiskovky

vlády to, co se týká zavření sportovišť. Běžně bych tiskovku vlády z profesionálního pohledu nesledoval, ale v tu chvíli jsem to téma hledal. Sport byl začleňován do opatření různě, vzpomeňte si, Prymula na zápase Slavie v době absolutního lockdownu a tak dále. Tohle byly věci, které se nás dotýkaly. Ale konkrétně to nebylo tak – tím, jak jsme specializovaný sportovní web – že by nás někdo tahal k něčemu jinému. Ale zaměňovali se redaktoři a editoři. To znamená, že redaktor sloužil, protože to vyžadovala situace, editor sloužil… Měli jsme situaci, že nám v jedné z posledních vln v lednu nebo únoru 2022 dostal covid člověk, který měl jet na olympiádu, dlouho mu nevycházely testy, a my jsme řešili, co s tím. Nakonec odjel se šestidenním zpožděním. Nějakým způsobem jsme improvizovali. To myslím zažily všechny redakce, a improvizovat se naučily.

Příloha č. XIII. Rozhovor s Michalem Osobou

Zaváděli jste interně nějaká preventivní opatření ještě předtím, než přišla v platnost vládní nařízení a restrikce?

Myslím, že ne. Celkově byl tehdy přístup spíš takový, že se jedná o nějaký virus jako byl SARS a tyhle nemoci, které byly předtím a neměly takový globální efekt. Nikdo to nečekal. V rámci redakce jsme se na to určitě nějak specificky nepřipravovali. Spíš si každý řešil své akce. Mě se týkala olympiáda v Tokiu, postupně se začalo spekulovat o tom, že opravdu může dojít k odložení. To jsem samozřejmě sledoval pozorněji, jednak z osobního pohledu cesty, jednak z pracovního, abychom informovali čtenáře, co všechno se kolem toho děje. Takže myslím, že v době, kdy se objevily první případy v Itálii, asi ještě nikdo netušil, jaké důsledky to i v tom novinářském, zejména sportovním světě může mít.

Když se objevily první pozitivní případy v ČR, zaváděli jste už tehdy nějaká konkrétní opatření?

To si úplně přesně po dnech nevybavím. Ale co se týče chodu redakce a přechodu na nějaké vzdálenější přístupy, komunikace online, to si myslím trvalo delší dobu, než se ta doporučení objevila. Myslím, že v prvních dnech se to neřešilo, a ve dnech, kdy byly první případy – to byla myslím nějaká americká studentka – to bylo spíš v rámci zpestření nebo zajímavostí, spíš, než by se čekaly nějaké dopady na chod redakce.

Jakým způsobem fungoval chod redakce před covidem?

Byl standard, že v pondělí byla řekněme zásadnější porada, plánovací na celý týden, kde se nastavil plán akcí a rozhovorů a aktivit redaktorů. To byla klíčová porada, kde jsme se scházeli všichni, samozřejmě pokud někdo nebyl v terénu. V dalších dnech to nebylo tak, že bychom se sešli všichni, ale byl standard, že do redakce se docházelo, takže jsme se opravdu potkávali s většinou redaktorů a editorů každý den.

Měli jste předtím home office nebo práci z terénu?

Nebyl to žádný oficiální mechanismus, spíš to fungovalo na bázi dohody. Když člověk věděl, že má rozhovor třeba mimo Prahu, pozbyl další hodinu na cestu do práce a z práce,

tak to zpracovával doma. Nebyla faktická povinnost být každý den v redakci, každý redaktor to měl nastaveno trochu jinak. Říkám, fungovalo to na dohodě nebo pocitu redaktora, jestli je to efektivnější, aby byl v redakci a komunikoval s ostatními, nebo spíš, aby ušetřil čas a věnoval ho zpracování článku.

Jak probíhala pracovní rutina u Vás v redakci, když už jste si určitá nařízení stanovili?

Přiznám se, že jak se měnila opatření i v rámci celé společnosti, úplně přesně si nepamatuju chod. Ale vím, že přišlo v podstatě nařízení z vedení redakce od šéfredaktora, že – teď nevím, jaká byla příčina, jestli to bylo v důsledku nařízení tehdejšího ministra zdravotnictví, nebo došlo v redakci k nějakým případům, na jejichž základě se to spustilo – v redakci bude grafik, jeden editor a jeden ze dvou šéfredaktorů sportu, a ostatní budou pracovat na home office. Zavedly se pondělní porady přes Teams, tedy online, a v tomhle módu se docela dlouhou dobu fungovalo.

Jak se ten přechod zvládal?

Myslím, že to šlo docela dobře. Samozřejmě v rámci redakce byl někdo technicky zdatnější a někdo méně, takže občas se u porad objevily nějaké praktické problémy, ze začátku, než si to někdo dobře nastavil. Mikrofony a podobně. Ale myslím, že z technického pohledu se to časem zvládlo, a i z hlediska chodu redakce to asi nebyl takový problém. Zjistilo se, že opravdu asi není nezbytná každodenní přítomnost redaktorů v jedné místnosti. Spíš to bylo tehdy problematické z toho pohledu, že odpadly akce, že se nic nedělo. Takže byl obsahový problém, zaplnit noviny, aby vůbec bylo o čem psát.

Kde se vlastně hledaly nové zdroje a témata?

Bylo to čím dál složitější. Samozřejmě, nejprve se hodně využívali sportovci v zahraničí, kde byl třeba covid rozjetý, to znamená sportovci, kteří působí v Itálii a podobně. Jak to tam vypadá, jaká je situace. To byl asi jeden okruh témat. Druhý byl, když se začínaly rušit sportovní akce, jaký to bude mít vliv. Tehdy zejména olympiáda v Tokiu – a pak samozřejmě docházelo i na to, že už se nedělo nic. Tak se připomínala různá výročí: Dvacet let od zahájení téhle akce, třicet, padesát let… Tahle výročí jsou v běžné agendě,

ale tehdy se akcentovala mnohem více, zkrátka protože nebylo o čem jiném psát. Zaplnit prostor bylo čím dál náročnější.

Kontaktovaly vás samy týmy nebo kluby s nabídkou témat? Například v souvislosti s marketingovým plněním.

Myslím, že to nedělali, že takhle to marketingové plnění ani nemají nastaveno, z pohledu počtu rozhovorů nebo výskytů v médiích. Myslím, že tehdy šel marketing stranou, že měli všichni obavy z toho, co se bude dít. Takže tam nebyla žádná aktivita směrem od sportovců, spíš to bylo o nás, vyhledávat témata.

Promítla se nastalá situace do personálního obsazení redakce?

Nemělo to důsledek, že by se v ten moment propouštěli zaměstnanci. Zase tolik se nezměnilo, protože prostor v novinách zůstal stejný. Možná v jeden čas byl zmenšený, měli jsme dvě stránky místo tří denně. A samozřejmě, na webu je prostor neomezený. Objem práce se nezmenšil. Bylo to samozřejmě složitější, v mnoha pohledech komplikované, ale objem práce zůstal stejný, takže i redaktoři byli vytížení podobně, s tím, že odpadlo cestování na akce. Nemyslím, že by se to změnilo v tom smyslu, že by redaktoři neměli co dělat. Museli si hledat témata dál.

Když byl počet lidí na sportovních akcích omezen, jak se proměnila práce v terénu?

To se mě tolik nedotklo, protože já pokrývám menší sporty kromě fotbalu a hokeje. Vím, že se to hodně řešilo tehdy na fotbalových a hokejových stadionech, kde jeden čas směl být jen jeden redaktor a řešilo se, jestli to bude z ČTK, z Českého rozhlasu nebo z jakého média, aby se vešli do té kvóty, a ostatní zůstávali online, což pak částečně nějakou dobu zůstalo. U nich se to řešilo hodně. Co se týče mé práce, asi se nikdy nestalo, že bych se nevešel do nějaké kvóty, i když byly tehdy omezené. Já jsem to řešit nemusel, ale samozřejmě to bylo téma u fotbalových a hokejových ligových soutěží.

Museli se v té době redaktoři učit něčemu novému? Například pořizování záznamů, aktivitě na sociálních sítích.

Co se týče samotné komunikace, rozhovory přešly výhradně na telefon, online prostředí. Předtím jsme v podstatě tyhle aplikace, jako Google Meet nebo Zoom, takřka nevyužívali, nebo výjimečně. V ten moment se to stalo základním komunikačním

nástrojem pro rozhovory. Co se týče fotek a videí, samozřejmě pro fotografy a videoštáby to bylo náročné období, protože ti to nemají, jak nahradit. Vím, že například naše videoredaktorka, kterou máme na svém webu Sport.cz, přešla do oddělení novinek a řešila i mimosportovní záležitosti. A fotograf, kterého máme externě, byl hodně bez práce. Pro fotografy to bylo náročnější. Co se týče sociálních sítí, teď máme člověka, který se stará o Instagram. Tehdy jsme ho neměli. Twitter a Facebook jsme si řešili v rámci redakce a myslím, že tehdy to nemělo velký vliv. Překlápěly se tam články jako se to dělá dnes, na to jsme nekladli tehdy takový důraz. Takže myslím, že to zas covid tolik neovlivnil.

Ovlivnilo rušení velkých sportovních akcí činnost redakce v souvislosti s dlouhodobou přípravou na ně?

Jedna věc, ty praktické věci jako letenky a ubytování, lety se rušily a olympiáda byla přesunutá, takže – nemůžu říct hladce – se to dalo vyřídit. Peníze se vrátily nebo přesunuly na další rok. Úplně přesně si nevybavím, kdy bylo datum zrušení, ale myslím, že to bylo někdy na jaře. Takže se podařily zastavit nějaké procesy i co se týče témat. Třeba jsme měli tematický seriál „Rozhovor s deseti největšími českými nadějemi“, myslím, že ten se taky ještě nerozjel. Bylo to relativně v čase, kdy se tomu dalo přizpůsobit, a tím, že se to přesunulo na další rok, se to zkrátka odsunulo a spíš byla témata, že se řešilo se sportovci, jaký to na ně bude mít vliv. Samozřejmě tam byli sportovci, kterým se blížil konec kariéry. Nebo někdo, kdo byl těhotný, a naopak mu pomohlo, že se mohl vrátit. Spíš se objevila další témata, která by se jinak neřešila.

Převažoval v době covidu najednou jiný druh publikovaného obsahu?

Tím, že zpravodajství v podstatě ustupovalo – jediné zpravodajství, které se dělo, byly právě zrušené a odložené akce – měla navrch jednoznačně publicistika. Byl prostor na větší rozhovory, připomínky historických událostí nebo nějaká aktuální témata typu „Kladivářka Šafránková šije roušky“ nebo že někdo pomáhá v nemocnici. Spíš se to opravdu točilo kolem těchto témat buď spojených s covidem, nebo vzpomínkovými materiály.

Jak jste v covidové době vnímal sportovní žurnalistiku?

Zezačátku tam byla samozřejmě obrovská nejistota, ať už sportovní, nebo osobní. Člověk nevěděl, jakým směrem se to bude ubírat. Ale z novinářského pohledu to bylo ze začátku zajímavé tím, že to bylo právě trošku jiné. Změna v zažitých kolejích, kdy se každý rok akce opakují – objevovala se nová témata, noví lidé, ale když se to nikam neposouvalo, akce se neobnovovaly, čím dál více to bylo náročné i z pracovního pohledu. Nebylo to úplně příjemné, protože se témata tahala z paty a člověk už pomalu nevěděl, na koho se obrátit. Už témata byla hodně vyčerpaná. I čtenost článků, kterou vidíme na webu, šla dolů, protože to lidi tolik nezajímalo a spíše hledali informace týkající se covidu a různých omezení a tak dále. To období, když už bylo delší dobu, nebylo úplně příjemné ani z pracovního pohledu.

Myslíte, že sportovní tématika byla tehdy pro čtenáře únikem?

Určitě, zezačátku to tak fungovalo. Pak už ale v podstatě nebylo kam unikat, jak už se nikde nic nedělo, po celém světě byly zastavené akce. Prostor k úniku už v podstatě nebyl.

Jak jste tehdy jako pracovníci redakce zvládali home office?

Tehdy jsem bydlel v bytě. Tím, že byly zavřené školky, byly děti doma. Bylo to asi náročnější. Na druhou stranu tím, že se akce neděly, člověk si mohl naplánovat, kdy napíše nějakou vzpomínku, takže se to dalo v rámci dne nějak upravit a najít si čas, kdy budou děti klidnější a kdy na to prostor bude. Úplně jsem s tím tehdy problém neměl.

Bylo to civilnější?

Ano, určitě. Protože se nic nedělo, člověk se na nic nevázal, maximálně si domluvil nějaký čas rozhovoru a dalo se.

Jak probíhala komunikace mezi členy redakce? Například co se týče editace.

Klasická, řekněme vnitroredakční komunikace asi probíhala podobně, pořád v rámci online světa. Pamatuju, že tehdy jsme fungovali na ICQ, a teď už se přešlo na lepší nástroje, přes Skype a Teamsy. Většinou jsme se bavili tam, když byla pondělní porada všech redaktorů online. Pak se to dojednávalo s jednotlivými editory. To se nezměnilo oproti současnosti. Asi trochu složitější byla komunikace mezi grafikem a editorem, aby mu vysvětlil svou představu třeba o tom, jak stránka bude zlomená. Asi častěji

komunikovali jednak přes Teams, kde se zobrazovala stránka, když si volali. Myslím, že to byl největší rozdíl oproti osobní komunikaci.

Utrpělo to na kvalitě výstupu? Alespoň podle Vás.

Myslím, že složitější komunikace se na tom neprojevila. Spíš se projevila absence témat, to bylo klíčové. Nemyslím, že by to bylo o kvalitě textu, nejvíce se to projevilo na obsahové pestrosti.

Pociťovali jste, že jste byli na epidemiologická opatření tak zvyklí, že jste jen aplikovali režim z první vlny při druhé? Nebo došlo ke zpřísnění?

Myslím, že chod redakce se už nikdy nevrátil do starých kolejí. Možná osobní účast v redakci byla častější. Vím, že se nařízení měnila, byla podobně zmatečná jako od vlády. Často se během týdne vyměnily dvě protichůdné informace o tom, jak to vlastně má fungovat. Když někdo tehdy fungoval na home office, často u toho zůstal, maximálně jsme se sešli na pondělní porady, ale jinak to i během léta fungovalo více online než v minulosti. Úplně se to nevrátilo do předchozí podoby, jen se to trochu upravovalo, ale spíš záleželo na pocitech redaktorů. Myslím, že častěji se tehdy řešilo, pokud byl nějaký pozitivní případ v redakci. Pak se to na nějakou dobu zpřísnilo, pak se to zase, když byl klid, trochu uvolnilo. Pohybovalo se to ve vlnách, asi jako v celé společnosti.

Měli jste personální problémy? Například onemocnění zaměstnanců.

Co si vybavím, to se myslím nestalo, byli jsme natolik zastupitelní, když je nás víc. Maximálně u editorů, kteří se střídají u služeb, byly častější záskoky nebo se měnily služby. Naštěstí nenastala situace, že by nás odpadla řekněme polovina a neměli jsme, jak to nahradit. Nedostali jsme se do této situace.

Jsou opatření, která jste v redakci zavedli, přítomná v současnosti?

Částečně, co se týče komunikace – zůstaly pondělní porady s osobní účastí. Home office je ale určitě víc než v minulosti. Covid pomohl zjistit, že osobní interakce není nezbytná. Samozřejmě, každý to má jinak. Někdo potřebuje být mezi ostatními v práci, tak se tam dostavuje. Ale není to nijak vyžadováno. Více věcí a komunikace určitě probíhá v online módu. Což je za mě benefit covidu, že se zjistilo, že spousta věcí, na kterých se bazírovalo, není nutná. Co se týče samotné práce – mně se třeba tolik nezměnila, protože

v mix zónách komunikace se sportovci na mých menších sportech funguje jako dřív, ale vím, že například u fotbalu stále tiskové konference po zápasech probíhají v online módu, novináři nemají ani přístup ke sportovcům a hráčům po zápase, což byl dřív standard. Často si na to stěžují, a kluby zjistily, že jim to vyhovuje takhle, že si mohou samy připravit výstupy, dají je třeba na webové stránky. Kluby trochu podle mě zneužívají důsledků covidu v tom, že si to upravily tak, jak jim to vyhovuje.

Pak je otázka, jestli to vyhovuje čtenáři a fanouškovi.

Je to celkem logická debata, ale vyhovuje to PR pracovníkům klubu, protože prosadí témata, která chtějí, ale samozřejmě nějaké kontroverzní věci se (ven) nemohou dostat, protože novináři zkrátka nemají prostor se zeptat. Samozřejmě online je to složitější než při osobní komunikaci.

Jak funguje tvorba obsahu pro web a noviny?

Je v podstatě spojená redakce. Zabezpečujeme jak noviny, tak web. Teď už je to takový standard, funguje to na iSportu, Deníku sport, iDNESu, Mladé frontě… Vydavatelské domy mají jednu redakci, která pokrývá jak tištěná média, tak web.

Jaká je vaše participace při sázení článků na web?

V průběhu času se to trochu změnilo, ale to asi nesouviselo s covidovým obdobím. Dřív se články posílaly a editor si je tam sám vložil, sám vybral fotografie, ale teď už máme v podstatě sami přístup do systému, takže si článek připravíme až do finální verze. To znamená, že dodáme fotografie, odkazy na sociální sítě a editor by ho měl pak jen přečíst, vydat, případně upravit titulek a podobně. Ale dnes už se to posunulo tam, že si články připravujeme kompletně, s výjimkou snad olympijských her, kdy to z časových důvodů jen pošleme a oni si to upraví. Finální příprava zabere dost času, takže tam na to není prostor. Když na to prostor je, upravujeme to my redaktoři.

Souvisí to s časovou nebo finanční stránkou věci?

Asi. Často je možná pro mě jako redaktora lepší, že eliminuju riziko chyby. Pokud je to editor, který o tom nic neví, může tam dát špatnou fotku. Je to pro mě lepší, že mám větší kontrolu nad tím, v jaké podobě článek bude.

Příloha č. XIV. Rozhovor s Robertem Sárou

Do podzimu roku 2021 jste pracoval v Mladé frontě, následně jste přešel do Sportu…

Přesně tak. Mám pohled toho, jak se proměnila redakce iDnesu během covidu. A asi můžu posoudit, jak se sportovní prostředí s tím vyrovnává s ohledem na to. A můžu posoudit, jak to funguje na Sport.cz v novém prostředí.

Začátkem března 2020 byl covid v zahraničí. Zavedli jste jako redakce nějaká preventivní opatření, případně jaká?

Sportovní redakce na to byly úplně stejně nepřipravené jako jakékoliv jiné odvětví. Co si vybavím – to je dejme tomu půlka března – když se začali lidé vracet z Itálie z dovolené, některé firmy zakazovaly lidem přijít z lyží do práce. To v redakcích obecně myslím nebylo. Teď budu mluvit konkrétně o iDnesu, ale nějak se to nepovažovalo za nebezpečné. Vybavím si, že se kolega vrátil ze Světového poháru v biatlonu, který byl v Itálii, a už se tam mluvilo o tom, že se mohl někdo nakazit. A nijak se na to nereagovalo. Takže myslím, že sportovní část médií se na to nepřipravovala oproti třeba nadnárodním společnostem, které už možná měly z Itálie informace a snažily se (něčemu) předcházet. Kolega pracuje pro Shell a tam už bylo to, že nemohl po dovolené z Itálie přijít do práce a podobně.

Nic takového u vás tedy nebylo?

Nebylo.

Jak jste během prvních dnů, kdy byl covid v ČR, reagovali v redakci?

Zase jako většina společností. Já si pamatuju na okamžik, který byl ve sportu zásadní, to byl Světový pohár v biatlonu v Novém Městě na Moravě. Ten byl asi první událostí, do které zasáhl stát. Byla to první restrikce. Tehdy to vyvolalo veliké emoce u sportovců, u těch biatlonistů. I u redaktorů, kteří se o to zajímají. Jakože se to zveličuje, a proč? Ono to vlastně postupovalo v čase, protože o pár dnů později, možná o dva tři, se najednou zrušila extraliga, když začalo playoff nějakým předkolem. Jeden zápas se snad odehrál před prázdným publikem a druhý se úplně zrušil. Nikdo nic nevěděl, a to byly jednotky

dnů. Do toho vstoupilo omezení, najednou zákaz škol. Jestli si to vybavuju, byl to jeden týden, kdy se to všechno začalo dávat. A na to se samozřejmě reagovalo i v redakci. Obzvlášť na iDnesu, který patří a nepatří Babišovi, který byl v té době premiér a jeho společnosti logicky musely jít příkladem. To znamená, že v podstatě velmi brzy, téměř okamžitě, bylo zavedeno to, že lidé nemusí do práce, že se bude pracovat online formou, že jen v nejnutnějších formách se bude chodit do práce. Ono to pro nás zase nebylo tak složité a těžké, protože my jsme na online formu už byli zvyklí předtím. Dalo se to dělat z domu a nevyžadovalo to každodenní návštěvu redakce. Takže jestliže redakce nebyly připraveny na to, že se něco takového může stát, byly svým způsobem připraveny na to, že se noviny i web dají dělat online distanční formou.

Říkáte, že už jste dělali z domu, bylo to roztříštěné předtím. Změnila se výrazně komunikace?

Ano. Částečně se určitě změnila. Do té doby fungovaly nějaké fyzické porady, kde se vyžadoval jeden zástupce sportu. Tahle každodenní fyzická porada odpadla. V prvních fázích, v Mafře *(vydavatelství MAFRA – pozn. aut.)*, jsme nebyli úplně připravení na tuhle distanční formu komunikace. Teamsy a podobně v té době všichni objevovali. Mnohé redakce už to měly, měly svůj interní systém Meetů, ve kterém jely. To v Mafře nebylo. Myslím, že trochu trvalo, než jsme na to najeli. Řešili jsme to pořád normálními telefony. Takhle to fungovalo před covidem, že když člověk, který měl psát článek, nebyl fyzicky v redakci, editor, který se s ním domlouval na textu, mu prostě zavolal. Byl to takový neformální pokec, ve kterém se zároveň domluvili, jak to bude vypadat. Takže to v prvních fázích šlo, že jsme si volali. Ale velmi brzy se pochopilo, že chybí interaktivní komunikace, celková. To znamená, aby bylo deset lidí připojených a každý něco řekl. Myslím, že to chybělo všem, obzvlášť v prvních dnech, kdy se skoro nevycházelo ven a zůstali jsme jako jednotky doma. Zároveň tahle kolektivní komunikace byla jakousi psychohygienou, že najednou člověk mluvil i s někým jiným. Vždycky je tahle porada dobrá i k tomu, že fungují nápady k tomu, jak ten web a ty noviny dělat.

Utrpěla kvalita obsahu absencí porad?

Možná ne úplně v první fázi, to znamená bezprostřední. Ale vnímám i teď na Sport.cz, že obecně z dlouhodobého hlediska to utrpělo. Z lidí se hodně stali solitéři, a teď to nemyslím pejorativně, ale každý jede podle sebe a chybí tam porada ve smyslu

brainstormingu nebo týmové práce. A myslím, že se to úplně nevrátilo do koleje. To, co jsem vnímal v Mafře, i to, co teď vnímám na Sport.cz – byť nemůžu porovnat to, jak to tam vypadalo před dvěma roky – myslím, že to obecně chybí. Nejsem zastánce porady pro poradu, to, že se obzvlášť v korporátech pořád radí, a nic se nevyřeší. Myslím, že novináři nebo obecně média fungují lépe, je to rychlé a svižné. Ale z dlouhodobého hlediska myslím, že to utrpělo.

Jak v téhle době dopadali elévové?

Asi blbě, v tom smyslu, že se s nimi nepracovalo. Nebyla tam interaktivita, že by nad nimi někdo stál. Zároveň asi těch elévů najednou nebyla potřeba tolik do elévské práce. Oni přichází do redakce velmi často, třeba dělají víkendové služby a zapojují se do práce, když se něco děje – hraje se fotbalová nebo hokejová liga – a hodí se každá ruka, tak zároveň to nebylo nutné, protože se nic nedělo. Na druhou stranu myslím, že obecně se s elévy v redakcích nepracuje dobře. Myslím, že jsou často hozeni do vody a vlastně si jich nikdo nevšímá nebo pracuje s nějakými editory. Obecně redaktoři senioři by zkušenosti mohli předávat víc. Ale to je asi spíš na jinou debatu. Takže myslím, že utrpěli a neutrpěli. Utrpěli tím, že ano, nebyl tam nikdo vedle nich, kdo by seděl a ukazoval a říkal. Zároveň jich nebylo potřeba tolik a nevyžadovala se až tak práce.

Změnilo se z ekonomických důvodů personální obsazení redakce?

Zaprvé v té době nikdo neodcházel. Nebyla tam fluktuace, která se stává, že v redakci odcházejí lidé a přicházejí. V té době, když přišel covid, půl nebo třičtvrtě roku nikdo nikam neodcházel. Protože proč by to dělal? Byl to nesmysl. Zároveň nebylo tolik o čem psát, nebyly akce. Najednou nebyli moc potřeba elévové. Do toho přicházeli elévové ze škol. Myslím, že studenti nebyli ani na kolejích a tak dále. Takže všechno souviselo se vším, zapadalo to, že pokud byl elév, který bydlel na kolejích, tak najednou nemohl být v Praze. Nemohl pracovat, mohl něco dělat na dálku, ale té práce nebylo tolik. Spíš to bylo o tématech, proměně struktury. Myslím, že to tak nějak vyplynulo, že nebyli potřeba. I ekonomické důvody tam určitě byly. To samozřejmě hrálo roli, snižovaly se platy o 10 % a podobně. Obzvlášť média počítala, jaké budou ztráty. Protože najednou samozřejmě nikdo neinzeroval tolik, zvlášť v novinách. Nějaké společnosti v novinách inzerují, hlavně supermarkety a hypermarkety. Myslím, že dokonce vláda říkala ať nejsou moc

slevové akce, ať se tam lidé nenahrnou. Nikdo nevěděl, co bude zítra, takže všichni najednou utnuli budgety inzerce. Takže samozřejmě na brzdu šláply i vydavatelství.

Jakým způsobem se změnil publikovaný obsah?

To bylo těžké. Schválně jsem si teď projížděl noviny a weby, jak to vlastně vypadalo. V prvním okamžiku, tzn. březen, v podstatě ta struna byla: Všechno, co se ruší, a jak to bude špatné. Pak ožily covidové příběhy. Pamatuju si, že snad prvním sportovce, který měl covid, byl boxer Konečný, ten byl opravdu jeden z prvních. Když se podařilo ulovit někoho, kdo měl covid, včetně Ladislava Vízka – ještě první doba, kdy jsme opravdu mysleli, že lidé jsou na umření – jsme byli překvapení, že nám vzali telefon a že mluvili normálně. A oni to popisovali jako normální chřipku, než jsme zjistili, že jsme tím prošli asi víceméně skoro všichni. Takže se hledaly příběhy. To tehdy vyvolalo velkou vlnu solidarity, všichni najednou šili roušky. Včetně sportovců. Vybírali peníze, komunitně se zapojovali. Byl to klasický vývoj od rušení sportovních akcí, do toho tam byly příběhy hrdinů nebo lidí, kteří to prodělali. Pak to najednou v další fázi začalo nabírat spád, jaké budou ekonomické důsledky sportu? O ekonomických důsledcích se mluvilo hodně. Pak už to plynulo do dubna, května, kdy se začalo uvažovat o restartech soutěží, ať už světových, nebo tuzemských. Začalo se psát o tom, jak by to mohlo být. Ten vývoj toho, o čem psát, byl tedy asi podobný napříč redakcemi. Pamatuju si, že na iDnesu jsme rozjeli retrospektivní seriál Stalo se. Byly články, které shrnovaly výročí na ten den, aby byl obsah, protože byl potřeba. Zároveň se v novinách snižovaly stránky pro sport. V Právu – Sport.cz je spojený s Právem – v pondělí je pět stránek na sport a je to hodně postaveno na aktualitách a dění. To hodně odpadlo. Zároveň stránky byly potřeba pro klasické zpravodajství, protože skoro každý den vystupovala vláda s novým opatřením a hltali jsme informace, které nám řekne Hamáček v červeném svetru a tak dále. Takže struktura novin i webu se proměnila v tom, že se do popředí dostaly jiné zprávy a témata, které byly důležitější. Ekonomický dopad i novin šel asi rapidně dolů, protože noviny mají předplatitele, ale ve chvíli, kdy nikdo nevylézal ven, nikdo nechodil kupovat noviny. Všichni seděli u ČT24, a tam měli zpravodajství kompletní. Neměli důvod chodit do trafiky, navíc možností, kde to koupit, moc nebylo.

Kontaktovaly vás samy sportovní týmy s nabídkou informací? Například kvůli zviditelnění před sponzory.

To uspíšilo to, že týmy dnes podle mě média klasického rázu tolik nepotřebují. Všichni mají své kanály, sociální média, což je pro ně ideální, protože kontrolují obsah. Tohle to vlastně jen uspíšilo, to odstřihnutí od klasických médií. Myslím, že většina z nich pracovala na svých kanálech a tam se prezentovali. Tím pádem se z mnohých videí mohl stát virál. Nemám teď konkrétní případ, ale třeba roušky, když se do toho zapojovali, když se to dobře natočilo, tak to mělo virální potenciál. Takže myslím, že covid paradoxně uspíšil odstřihnutí týmů nebo klubů na top úrovni od klasických médií.

Napadá mě točení a focení domácího tréninku.

To bylo poměrně úspěšné, udělal to Český olympijský výbor *(pozn. aut.: dále ČOV)*. Fotila to myslím Bára Reichová a vyhrálo to poměrně dost cen. Přesně ten příklad, že ČOV se potřeboval prezentovat, navíc to bylo v olympijském roce, kdy se očekávají příjmy pro ČOV, který samozřejmě musí partnerům něco nabídnout. Byť v prvotní fázi říkali: „My vás podpoříme, nevykašleme se na vás." Ale zároveň všichni měli zprávy, že se začínají osekávat budgety pro marketing a inzerci, takže všechny kluby najednou byly vyděšené. Do toho věděli, že se musí obejít bez diváku, to byl další aspekt. Bylo tam toho samozřejmě hodně, i když v prvotní fázi nebyl prostor na rádoby vtipná videa nebo účty typu FC Rokycany, protože to všichni brali seriózně, a ono to bylo seriózní. Všechno se v uvozovkách motalo v tématech jako pomoc zdravotníkům a potřebujeme tohle…

Jak se zrušení největších sportovních akcí promítlo do vaší práce?

Všechny akce, které jsou vrcholem pro redakci nebo práci, jsou samozřejmě vidět na číslech, jak křivky čtenosti létají nahoru ve chvíli, kdy jsou sportovní akce typu MS v hokeji a olympiáda. To je na čtenost zásadní. Samozřejmě lidé hltají spoustu těch článků. A najednou jednak nebyl pro redakci obsah – nebylo najednou v uvozovkách co dělat – jednak to mělo ekonomické důsledky pro redakci, protože jsou na to samozřejmě zavázaní inzerenti. Vždycky je to, obzvlášť pro online weby, výrazný způsob toho, jak prodat inzerci. Jsou s tím spojeny promoakce, ať už je to škodovka, Pilsner Urquell, sázkové kanceláře. To jsou prostě žně, myslím, že i pro inzerenty. Najednou to odpadlo. Na druhou stranu nastal produkt toho, že se něco ušetřilo. Najednou nebyly zahraniční cesty, nebyly domácí ani zahraniční cesty, takže položka výdajů pro společnost byla na nule. Nikam se nejezdilo, nelétalo, to vlastně nešlo. To šlo taky dolů. Byla to zvláštní doba. Zároveň si myslím, že čtenáři to chápali nebo to četli. Svým způsobem nastala

únava v tom, že číst každý den články o tom, kolik je nebo není nakažených, už taky lidi unavilo a přestalo bavit. Sport pro ně mohl být nějakou alternativou rozhovorů. Ty taky byly na jedno téma: Že nemůžeme sportovat, je to těžké, ale jsou tu důležitější věci, a sport jen jako zpětná záležitost… Takže narativ se víceméně opakoval. Utrpělo to samozřejmě v tom, že se nebavíme o vítězstvích a porážkách a emocích, které vzbuzuje sportování a co člověk prodává. Narativ byl takový, že to máme těžké, ale doktoři to mají těžší, a tak to jelo. Ale zároveň to přinášelo i objevení nepoznaných sportů. Vybavuju si, že jsem psal velký článek o Rouvy, jak je ta cyklistická aplikace. Vymysleli to Češi a během covidu to mělo obrovský boom, že to lidé začali kupovat ve velkém. Byl to sportovně-byznysový příběh, který by možná na sportovní stránky nepatřil, protože to bylo o byznysu, ale bylo to oživení toho, že existují taky lidé, kteří na tom můžou vydělat, kterým covid pomůže. Pak samozřejmě byly příběhy cyklistických firem, které najednou neměly co prodávat, protože se kola vyprodaly během chvilky, a nebyly. A nejsou možná doteď. Běhání a tak dále. Zase člověk našel jiná témata. Posunulo se to do byznysových témat, Tipsport nebo sázkové kanceláře obecně měly najednou ohromné poklesy náběrů, protože lidé nechtěli sázet. A neměli na co, protože sázky jsou hodně spojeny s tím, že si lidé kupují emoce a sází na zápas, na který se budou dívat. V televizi nic nebylo, zároveň sázkové kanceláře vymýšlely třeba turnaje stolního tenisu, které byly jen pro sázkaře. Hráli tam v nějaké bublině čtyři stolní tenisti pořád dokola a podobně. Zároveň je to nutilo o tom přemýšlet trochu jinak, podívat se na to nějak jinak. Ale myslím, že redakce Mafry na to byla připravená. Snažili jsme se dívat na sport jinak, nejen psát o brankách, bodech, vteřinách, ale mít jiný pohled.

Změnil u vás covid náhled na sport? Říkal jste, že jste cítil, že sport šel na druhou kolej…

To bylo v prvotní fázi, jak jsem o tom mluvil. Je to zbytná věc. Nebude olympiáda? Tak nebude, no. Když se nemůžeme jít projít někam ven, tak aby přijelo deset tisíc sportovců do nějaké vesnice, tak to prostě nebude. Ještě když byly zprávy z Itálie a Španělska, kde umíraly tisíce lidí. A my jsme si možná neuvědomovali, že první fázi Česko přečkalo poměrně bez úhony. Člověk měl možná pocit, že lidé cítí, že všechny restrikce jsou oprávněné. Že ta bublina, do které jsme se zavřeli, je dobrá a že ten sport je zkrátka zbytná věc. Bez něj můžeme být. Pak to samozřejmě časem pominulo. Asi jako válka na Ukrajině, všechny tyto témata jsou velmi podobná – lidé to vnímají první měsíc

intenzivně, chápou to, prožívají, ale pak otupí. Myslím, že čtenáři stejně otupěli. Takže když se potom soutěže rozjely, bylo to fajn. A dostalo se to zase do tradiční linky o tom, jestli tenhle hraje dobře nebo tenhle špatně, jestli tenhle hokejista má, nebo nemá na víc. V tom se jelo a bylo to správné, protože by to bylo podle mě i na čtenáře moc, pokud bychom se pořád drželi covidového tématu, byť tam pořád byl. Když se v létě rozjela NHL, pořád to bylo o tom, jak jsou hokejisté v bublině, jak tam přežívají covid, jak tomu zabránit. Formule 1, o které píšu, byla jedna z prvních, která rozjela šampionát, a tam to bylo taky pořád o tom, jak je těžké se tam dostat, jak je hlídají a podobně. Pořád se covid někde promítal, byť postupem času se víc a víc vracela sportovní linka.

Rok 2021 byl rokem nakažených a restrikcí. Jak vnímáte váš přechod?

Mně to přišlo tak, že sport se s tím naučil žít. Pochopil, že se buď bude hrát bez diváků, a bude se hrát, a je to pro něj víc než být zavřený doma. Profesionální sport dostal nějaké dotace zpátky, náhrady. To byla jedna věc, sport samotný fungoval. Co se týče redakcí, to bylo velmi podobné v tom, že redakce uměly – teď mluvím za iDnes i Sport.cz, protože to bylo v době, kdy jsem přecházel – zareagovat. Když se najednou zvedala nějaká vlna, přišlo nařízení: „Buďte doma a dělejte z domu, ať se tu nenakazíme a můžeme normálně fungovat.“ Samozřejmě byly klasické testy, vždycky se to vracelo v nařízeních, že člověk buď musel prodělat covid, nebo se musel otestovat a tak dále. To byl podzim a zima loňského roku. Myslím, že redakce uměly velmi rychle přepnout na klasické nařízení, a stává se to dodnes. Někdo může přijít, zjistí, že měl covid, tak lidé, kteří se s ním setkali, pracují dva tři dny z domu, že se řekne, že je to lepší, než abychom se nakazili a lehli všichni. Velké téma byla olympiáda v Pekingu. Tam byla pravidla velmi složitá a redakce najely opravdu na přísný režim. Hodně si hlídaly, aby se lidé, kteří odjíždí – protože museli procházet sérií těžkých testů – nenakazili. V polovině prosince se najelo na režim, že lidé, kteří měli odletět, chodili minimálně do práce a snažili se vyhýbat kontaktům, byť to bylo těžké. Ani sportovci nás moc nechtěli vidět, takže panovala zvláštní opatrnost z obou stran. Vím, že v každé redakci byl někdo, kdo covidem těsně před olympiádou prošel. Pak bylo těžké se tam dostat, protože lidé museli projít sérií pěti negativních PCR testů za sebou. Ale moc to nefungovalo, protože třeba třetí test najednou vyšel, a on musel udělat zase sérii pěti testů. Každý pozitivní test najednou posouval o pět dnů odlet a v redakcích s tím měli problémy.

Když tehdejší situaci srovnáte se současností, vidíte tam diametrální rozdíl?

Nemyslím. Myslím, že fungování redakcí a komunikace se vrací do starých kolejí, ale nikdy nebudou úplně ty stejně staré jako dřív, protože najednou jsme zjistili, že můžeme spolu mluvit na dálku a nikomu to nevadí. A ušetříme cestu do práce nebo podobně. Vím, že v Mafře se ke klasickým poradám nevrátili. My tady držíme jednu – poradu týdne, která je fyzická v redakci, tam lidé chodí a je jich tam hodně. Na druhou stranu začalo fungovat takové vlastní hlídání, zodpovědnost lidí. To znamená, že jestli kašlu, zůstanu tři čtyři dny doma. Každý to pochopí. Dříve, když člověk řekl, že má rýmu a že zůstane doma, tak na toho člověka koukali, že je to klasický chlap, který má nejhorší nemoc na světě. Dneska je to z preventivních důvodů. V tomhle je to výhoda žurnalistiky. Dnes se dá odkudkoliv pracovat, jakkoliv a poměrně asi stejně kvalitně, když bude člověk sedět doma za počítačem dvacet kilometrů od redakce a vytelefonuje si to nebo si se sportovcem dá online schůzku jako já s vámi, je to jedno. Nemá to nutit lidi tam chodit. Jiná věc jsou samozřejmě například editoři, kteří mají sedět v redakci a je to důležité pro komunikaci, aby, kdyby se něco stalo, dokázali rychle vymyslet, kdo co bude dělat. Vést koordinační věci. To se na Sport.cz drží, že tam editoři fyzicky jsou a jsou klíčoví. Fungování webu mají na starosti v tom smyslu, že ví, kdy tam dát jaký obsah, že kontrolují agenturní zpravodajství, že komunikují s redaktory. Myslím, že (v tomhle případě) je důležité tam fyzicky sedět. Být tam v nějaké velké roli.

Jak se to dělalo během covidu?

Myslím, že redakce na tom byly dost podobně. Buď se dělalo to, že do redakce směl jeden člověk, tzn. třeba nezastupitelný editor, nebo editor dne. Ostatní byli online. Nebo museli sedět daleko od sebe, ale v první fázi to bylo o jednom člověku. V březnu 2020, kdy o tom nikdo moc nevěděl a snažili se lidé být co nejvíc rozumní, to bylo takhle. Nevím, jak to bylo, co se týče fungování novin, protože v Mafře bylo dobré to, že si dokázali editoři noviny zlomit a udělat graficky z domu, na to je program. Kdežto tady v Právu je potřeba grafik, se kterým to člověk projede. To byla nevýhoda redakcí, grafik tam musel být a musel s ním komunikovat třeba editor. Takže už tam docházelo k interakci dvou lidí, čemuž šlo v Mafře zabránit.

Musel jste se v té době naučit novým dovednostem?

Určitě. Souvisí to s tím, že to je přirozený vývoj, který covid možná jenom uspíšil, stejně k tomu směřovalo. Články musí být interaktivnější, je snaha o videa, je to obecná proměna dovedností novináře. Když jsem začínal kolem roku 2000, tak jsme o internetu skoro nic nevěděli, bylo pár stránek a jely se noviny, které nenutily k něčemu honem, rychle, hned. Jasně, bylo to, ale člověk měl čas. Pak docházelo k tomu, že internet do toho začal víc a víc zasahovat. Najednou se musela proměnit novinová žurnalistika v tom, aby to nebylo to stejné, co si člověk večer přečetl na iDnes a dopoledne našel v novinách, protože to byl nesmysl, že by četl něco dvakrát. Žurnalistika se proměňovala. Pak se začalo proměňovat to, že lidé, kteří dělají v novinách, začali mnohem víc dělat pro internet, tak se od nich očekávalo, že budou umět pracovat s redakčním systémem. Najednou redakční systém umožňoval nějaké vkládání Twitteru a tak dále, takže si novináři samozřejmě zakládali Twitter, začali do toho dávat fotky a podobně. Myslím, že to byl přirozený vývoj a možná to udělalo nějaké turbo. Napadá mě příměr – stejně jako bylo nevyhnutelné, že se rozjedou e-shopy s oblečením a donáškové služby, covid byl jen turbo, které to někam posunulo. Myslím, že tak to je i u žurnalistiky. Najednou bylo potřeba natáčet videa, zpestřit to. Pamatuju si, že v roce 2021 jsem jel na MS do Rigy v Lotyšsku, to bylo tehdy bez diváků. Dokonce jsme jeli z Česka jen dva píšící novináři, protože rozhovory s hráči jsme stejně dělali přes internet, nedostali jsme se k nim. Tam to bylo o tom natáčení a focení, aby člověk prodal, že tam je, byť tam neměl co dělat. Točil prázdné tribuny a zpravodajství se to snažilo oživit, aby to bylo jiné než to, co měl člověk, který seděl v Praze v klidu. Ten dělal ty samé rozhovory jako my tam, protože Teamsy *(aplikace na videohovory MS Teams – pozn. aut.)* byly pro všechny. Takže to byl nějaký boost nebo něco takového.

Napadá mě paralela se školstvím. Máte pocit, že novináři mají to štěstí, že jsou dynamičtější a novým trendům se učí rychleji než pedagogové?

Taky jak kdo. Pamatuju si na to, že jsem v tom březnu zakládal whatsappovou skupinu pro nás, kteří jsme neměli nějakou redakční whatsappovou skupinu, což dneska mají úplně všichni. Psali mi kolegové, jestli bych ji dokázal založit. To je to samé, jako když se hledalo, přes co budeme komunikovat – jestli Teamsy, nebo Meet, co je vlastně lepší a vhodné. Kolikrát se kolegové nedokázali připojit, k tomu byl potřeba Google účet, což jsme zjistili, že půlka lidí nemá. Bylo vtipné, jak tam naskakovaly fotky manželek a podobně, když se hlásili o slovo. Tam jsou vidět obrovské rozdíly mezi generacemi.

Generacemi je možná silné slovo, ale třicet, čtyřicet a padesát, to jsou skoky ve fungování s těmihle věcmi.